



Styrets rolle, ansvar og involvering i norske nettselskap

En kartlegging av nettselskapenes styre, og deres syn på energilovens krav om selskapsmessig og funksjonelt skille

Ida Sofie Dahl og Linn Andrea Faugstadmo

Veiledere: Mette Bjørndal og Endre Bjørndal

Masteroppgave i Økonomi og administrasjon, økonomisk styring

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 innestår for de metoder som er anvendt, resultater som er fremkommet eller konklusjoner som er trukket i arbeidet.

Sammendrag

Avhandlingen tar for seg styrene i den norske nettsektoren, som på grunn av monopolsituasjonen i bransjen er strengt regulert med hjemmel i energiloven. Formålet er å kartlegge styrets rolle og funksjon i nettselskapene, og deres syn på energilovens krav om selskapsmessig og funksjonelt skille. Selskapsmessig og funksjonelt skille innebærer hovedsakelig at nettvirksomhet skal skilles fra annen konkurranseutsatt virksomhet. I 2016 ble det innført en endringslov til energiloven, med virkning fra 2021, som innebærer at kravene skjerpes som et tiltak for å styrke nettselskapenes nøytralitet og redusere risiko for krysssubsidiering. Vi ønsker derfor i tillegg å undersøke hvordan styremedlemmene stiller seg til lovendringen, og hvilken innvirkning lovendringen har på nettselskapene. For å kartlegge styrene ble det gjennomført en spørreundersøkelse av styreleder eller et styremedlem i 64 norske nettselskaper.

Resultatene viser at en femtedel av selskapene som ikke har selskapsmessig skille på nåværende tidspunkt heller ikke planlegger å innføre det, til tross for at alle selskaper er pålagt å ha selskapsmessig skille innen 2021. For det funksjonelle skillet er andelen langt større, siden over halvparten av selskapene svarer at de ikke planlegger å innføre skillet.

Vi kan konkludere med at få styremedlemmer deltar i nettselskapets daglige ledelse, men at styret som helhet i noen grad er involvert i ledelsens daglige drift av selskapet. Ledelsen derimot er i mye større grad involvert i styrets beslutninger. Av selskapene som har konsernstruktur oppgir omtrent halvparten at styremedlemmer fra nettselskapet i tillegg deltar i konsernstyret. Likevel fremkommer det at beslutninger knyttet til drift i hovedsak tas i nettselskapets styre, og to tredeler av respondentene mener investeringsbeslutninger tas i nettselskapets styre.

Videre er det store selskaper som i størst grad har vært i, planlegger eller har ønsker om en oppkjøps- eller fusjonsprosess. De største selskapene vurderer også lovendringen som noe mer hensiktsmessig enn mindre selskaper, og den vurderes som mer gunstig for nettkunder i Norge generelt enn for egne kunder, selskapet og eierne.

Forord

Denne avhandlingen er utarbeidet som en del av studiet Master i økonomi og administrasjon ved Norges Handelshøyskole [NHH], med Økonomisk styring [BUS] som hovedprofil. Planleggingen av oppgaven ble påbegynt våren 2018, før selve arbeidet ble utført påfølgende høstsemester. Masteroppgaven er skrevet i forbindelse med SNF-prosjektet Elbench. SNF AS [Samfunns- og næringslivsforskning AS] er en forskningsorganisasjon innenfor økonomisk-administrativ forskning, som er faglig tilknyttet NHH. Elbench er et fireårig forskningsprosjekt, over perioden 2015 til 2018, som tar for seg forskning innen blant annet benchmarking og regulering i den norske nettsektoren. Prosjektet er et samarbeid mellom flere aktører i tillegg til SNF AS og NHH, som blant annet NVE, Energi Norge, Høgskolen i Innlandet og flere nettselskap (se appendiks A for en fullstendig oversikt). Det er verdt å nevne at denne masterutredningen likevel er et selvstendig arbeid, hvor vi selv har tatt avgjørelser og utformet oppgaven på bakgrunn av Elbench sitt interesseområde. Gjennom ulike kurs innenfor hovedprofilen Økonomisk styring har vi fattet interesse for blant annet konkurranseøkonomi og styre teori. Disse fagområdene er nært tilknyttet avhandlingens tema, og den største grunnen til at vi ønsket å skrive i samarbeid med Elbench-prosjektet.

Vi ønsker først og fremst å rette en stor takk til våre veiledere Endre Bjørndal og Mette Bjørndal, for god oppfølging og veiledning underveis i prosjektet. Videre vil vi takke deltakerne i Elbench for verdifulle tilbakemeldinger under seminaret på Pellestova tidligere i høst. I tillegg vil vi rette en spesiell takk til Roar Amundsveen og Lars Varden for deres engasjement og gode innspill til oppgaven. Til slutt vil vi takke alle respondentene og nettselskapene som har deltatt i undersøkelsen, og gjort prosjektet mulig å gjennomføre.

Bergen, 19. desember 2018



Ida Sofie Dahl



Linn Andrea Faugstadmo

Innholdsfortegnelse

Innholdsfortegnelse	4
1. Introduksjon	9
1.1 Formål og problemstilling	11
1.2 Avgrensning.....	12
1.3 Avhandlingens struktur	13
2. Nettsektoren i Norge	14
2.1 Organisering av strømmettet.....	14
2.2 Selskapsstruktur i nettsektoren.....	15
2.3 Regulering av nettsektoren.....	16
2.3.1 Energiloven	16
2.3.2 Direkte regulering	17
2.3.3 Økonomisk regulering.....	17
2.3.4 Nettselskapets nøytralitet	18
2.3.5 Risiko for krysssubsidiering	19
2.3.6 Selskapsmessig og funksjonelt skille	19
2.3.7 Endring av energiloven i 2021	20
2.3.8 Fusjon i nettsektoren	21
3. Teoretisk tilnærming til styrearbeid	23
3.1 Agentteori.....	24
3.1.1 Styret som et kontrollorgan.....	25
3.1.2 Eiere, styret og ledelsen	25
3.2 Styrets rolle og funksjon.....	26
3.2.1 Styrets kompetanse.....	27
3.2.2 Aksjeloven.....	28
3.2.3 Styremedlemmer	28
3.2.4 Samspill mellom styret og ledelsen.....	30
3.2.5 Styresammensetning og eierstrategier i norske nettselskap	30
4. Metode.....	32
4.1 Forskningsdesign	32
4.1.1 Tverrsnittundersøkelse.....	33

4.2	<i>Forskningstilnærming</i>	33
4.3	<i>Analysenivå</i>	34
4.4	<i>Populasjon og utvalg</i>	34
4.5	<i>Spørreundersøkelse</i>	36
4.5.1	Utarbeidelse av spørreskjema.....	36
4.5.2	Spørsmål	37
4.5.3	Svaralternativer	38
4.5.4	Anonymitet	39
4.5.5	Kvalitetssikring av spørreskjemaet.....	40
4.6	<i>Datainnsamling</i>	41
5.	Vurdering av datamaterialets kvalitet	42
5.1	<i>Reliabilitet</i>	42
5.2	<i>Validitet</i>	44
5.2.1	Begrepsmessig validitet.....	44
5.2.2	Ekstern validitet.....	45
5.3	<i>Svarprosent og frafall</i>	45
6.	Analyse av data	48
6.1	<i>Behandling av datasettet</i>	48
6.2	<i>Valg av statistisk analysemetode</i>	49
6.3	<i>Deskriptiv og statistisk analyse</i>	51
6.3.1	Bakgrunnsinformasjon	51
6.3.2	Informasjon om selskapet.....	56
6.3.3	Informasjon om styret	63
6.3.4	Eierinteresser og involvering.....	76
6.3.5	Energiloven	82
6.3.6	Endring av energiloven knyttet til selskapsmessig og funksjonelt skille	87
6.4	<i>Oppsummering av analyse</i>	96
7.	Konklusjon	98
7.1	<i>Avhandlingens bidrag</i>	100
7.2	<i>Utfordringer og begrensninger</i>	100
7.3	<i>Forskningsetikk</i>	101
7.4	<i>Videre forskning</i>	102
	Litteraturliste	103

Figurliste

<i>Figur 3.1: Totalmodell (Zahra og Pearce 1989, gjengitt i Huse 2007b, 22)</i>	24
<i>Figur 5.1: Prosentvis fordeling av antall kunder i nettutvalg og populasjon</i>	47
<i>Figur 6.1: Oversikt over kategoriene for antall kunder i nettutvalg, bruttoutvalg og populasjon</i>	52
<i>Figur 6.2: Oversikt over nettselskapenes organisering i utvalget</i>	52
<i>Figur 6.3: Prosentvis fordeling av selskapenes organisering, basert på kategoriene for antall kunder</i>	53
<i>Figur 6.4: Antall avkryssninger på ulike typer annen virksomhet</i>	54
<i>Figur 6.5: Oversikt over hvorvidt selskapene i utvalget er en del av et konsern</i>	55
<i>Figur 6.6: Prosentvis fordeling av konsernstruktur i utvalget, basert på kategoriene for antall kunder</i>	55
<i>Figur 6.7: Oversikt over antall selskaper i utvalget som har selskapsmessig og funksjonelt skille</i>	56
<i>Figur 6.8: Prosentvis fordeling av selskapsmessig skille i utvalget, basert på kategoriene for antall kunder</i>	57
<i>Figur 6.9: Prosentvis fordeling av funksjonelt skille i utvalget, basert på kategoriene for antall kunder</i>	57
<i>Figur 6.10: Oversikt over selskapsmessig skille i utvalget, basert på hvorvidt selskapet har konsernstruktur eller ikke</i>	58
<i>Figur 6.11: Oversikt over funksjonelt skille i utvalget, basert på hvorvidt selskapet har konsernstruktur eller ikke</i>	58
<i>Figur 6.12: Oversikt over hvorvidt selskaper i utvalget planlegger å innføre selskapsmessig skille innen 3 år</i> 59	
<i>Figur 6.13: Oversikt over hvorvidt selskaper i utvalget planlegger å innføre funksjonelt skille innen 3 år</i>	60
<i>Figur 6.14: Oversikt over om nettselskapene har vært i en oppkjøps- eller fusjonsprosess de siste 5 årene</i>	61
<i>Figur 6.15: Prosentvis fordeling av om selskapene har vært i en oppkjøps- eller fusjonsprosess de siste 5 årene, basert på kategoriene for antall kunder</i>	61
<i>Figur 6.16: Oversikt over hvorvidt selskapene planlegger oppkjøp eller fusjon de neste 3 årene</i>	62
<i>Figur 6.17: Prosentvis fordeling av om selskapene planlegger en oppkjøps- eller fusjonsprosess de neste 3 årene, basert på kategoriene for antall kunder</i>	63
<i>Figur 6.18: Oversikt over antall styremedlemmer i utvalget</i>	64
<i>Figur 6.19: Oversikt over antall år respondentene har vært medlem i styret</i>	65
<i>Figur 6.20: Boksplokk med oversikt over hvor lenge respondentene har vært medlem i styret, basert på kategoriene for antall kunder</i>	66
<i>Figur 6.21: Oversikt over andel kvinnelige styremedlemmer</i>	67
<i>Figur 6.22: Oversikt over antall styremøter i selskapene</i>	67
<i>Figur 6.23: Oversikt over om styremedlemmer er med i selskapets daglige ledelse</i>	68
<i>Figur 6.24: Oversikt over om noen av selskapets styremedlemmer også er med i konsernstyret</i>	69
<i>Figur 6.25: Prosentvis fordeling av om styremedlemmer er med i konsernstyret, basert på kategoriene for antall kunder</i>	70
<i>Figur 6.26: Oversikt over i hvilket styre beslutninger knyttet til drift og investeringer hovedsakelig tas</i>	71
<i>Figur 6.27: Oversikt over om respondentene er interne eller eksterne styremedlemmer</i>	71
<i>Figur 6.28: Oversikt over om respondentene er styreleder eller styremedlemmer</i>	71
<i>Figur 6.29: Prosentvis fordeling av om respondentene er interne eller eksterne styremedlemmer, basert på kategoriene for antall kunder</i>	72

<i>Figur 6.30: Oversikt over hva respondentene mener er grunn til at de ble valgt inn i styret.....</i>	<i>73</i>
<i>Figur 6.31: Oversikt over skalafordeling for de ulike typene kompetanse</i>	<i>75</i>
<i>Figur 6.32: Oversikt over skalafordeling for spørsmål 23, 24 og 25</i>	<i>77</i>
<i>Figur 6.33: Sammenheng mellom i hvilken grad styret ivaretar eiernes interesser og i hvilken grad eierne er involvert i styrets beslutninger</i>	<i>78</i>
<i>Figur 6.34: Oversikt over hva respondentene mener er eiernes viktigste målsetting.....</i>	<i>79</i>
<i>Figur 6.35: Vurdering av målsettingen “bevare lokale arbeidsplasser”, basert på kategoriene for antall kunder</i>	<i>80</i>
<i>Figur 6.36: Oversikt over skalafordeling for spørsmål 27 og 28</i>	<i>81</i>
<i>Figur 6.37: Prosentvis fordeling av skalaen for alternativer knyttet til arbeidsfordeling mellom styret og ledelsen.....</i>	<i>82</i>
<i>Figur 6.38: Oversikt over styrets fokus på kryssubsidiering og nøytralitet.....</i>	<i>83</i>
<i>Figur 6.39: Prosentvis fordeling av styrets fokus på kryssubsidiering, basert på kategoriene for antall kunder.....</i>	<i>84</i>
<i>Figur 6.40: Oversikt over interne og eksterne styremedlemmers vurdering av styrets fokus på kryssubsidiering</i>	<i>84</i>
<i>Figur 6.41: Oversikt over hvor enkelt eller vanskelig styret mener det er å følge opp kryssubsidiering og nøytralitet i nettselskapet.....</i>	<i>85</i>
<i>Figur 6.42: Oversikt over i hvilken grad styremedlemmene føler de har ansvar for at nettselskapet etterlever kravene knyttet til kryssubsidiering og nøytralitet</i>	<i>86</i>
<i>Figur 6.43: Oversikt over i hvilken grad selskapene har startet forbereder til lovendringen</i>	<i>88</i>
<i>Figur 6.44: Prosentvis fordeling av selskapenes forberedelser til lovendringen, basert på kategoriene for antall kunder.....</i>	<i>88</i>
<i>Figur 6.45: Oversikt over i hvilken grad lovendringen har hatt innvirkning på ønsker eller planer om oppkjøp eller fusjon.....</i>	<i>89</i>
<i>Figur 6.46: Prosentvis fordeling av om selskapene planlegger oppkjøp eller fusjon, basert på i hvilken grad de mener lovendringen har hatt innvirkning på ønsker eller planer om oppkjøp eller fusjon</i>	<i>90</i>
<i>Figur 6.47: Oversikt over respondentenes vurdering av lovendringens hensiktsmessighet knyttet til kryssubsidiering og nøytralitet.....</i>	<i>91</i>
<i>Figur 6.48: Prosentvis fordeling av lovendringens hensiktsmessighet for styrket nøytralitet, basert på kategoriene for antall kunder.....</i>	<i>92</i>
<i>Figur 6.49: Sammenheng mellom om selskapet er en del av et konsern, og vurdering av lovendringens hensiktsmessighet for styrket nøytralitet</i>	<i>93</i>
<i>Figur 6.50: Oversikt over respondentenes vurdering av lovendringens hensiktsmessighet for selskapet, eiere og kunder.....</i>	<i>94</i>
<i>Figur 6.51: Boksplott over respondentenes vurdering av det sammensatte målet for lovendringens hensiktsmessighet, basert på kategoriene for antall kunder</i>	<i>95</i>

Tabeller

<i>Tabell 5.1: Utvalg- og svarstatistikk</i>	47
<i>Tabell 6.1: Spørsmål 1 - Deskriptiv statistikk</i>	51
<i>Tabell 6.2: Spørsmål 11 - Deskriptiv statistikk</i>	64
<i>Tabell 6.3: Spørsmål 13 - Deskriptiv statistikk</i>	66
<i>Tabell 6.4: Spørsmål 21 - Deskriptiv statistikk</i>	73
<i>Tabell 6.5: Spørsmål 22 - Deskriptiv statistikk</i>	75
<i>Tabell 6.6: Spørsmål 23, 24 og 25 - Deskriptiv statistikk</i>	76
<i>Tabell 6.7: Spørsmål 26 - Deskriptiv statistikk</i>	79
<i>Tabell 6.8: Spørsmål 27 og 28 - Deskriptiv statistikk</i>	81
<i>Tabell 6.9: Spørsmål 29 - Deskriptiv statistikk</i>	82
<i>Tabell 6.10: Spørsmål 30 - Deskriptiv statistikk</i>	83
<i>Tabell 6.11: Spørsmål 31 - Deskriptiv statistikk</i>	85
<i>Tabell 6.12: Spørsmål 32 - Deskriptiv statistikk</i>	86
<i>Tabell 6.13: Spørsmål 33 - Deskriptiv statistikk</i>	88
<i>Tabell 6.14: Spørsmål 34 - Deskriptiv statistikk</i>	89
<i>Tabell 6.15: Spørsmål 35 og 36 - Deskriptiv statistikk</i>	91
<i>Tabell 6.16: Spørsmål 37 - Deskriptiv statistikk</i>	94

1. Introduksjon

I Norge tar vi det i dag som en selvfølge at det er strøm i stikkontakten, eller at en lampe lyser ved kun et trykk på lysbryteren. Mye har skjedd siden 1890, da det første kommunale anlegget for elektrisitet ble etablert i Hammerfest (Johannessen 2015). Videre har elektrisiteten utviklet seg til å bli et høyst nødvendig gode for norske husstander, og slik har det vært i nesten 100 år. En av grunnene til dette er det godt utviklede strømmettet som strekker seg over hele vårt langstrakte land. Bak strømmettet står en rekke nett- og kraftselskaper som kontinuerlig forsyner befolkningen med elektrisk energi. Det norske elektrisitetsmarkedet er i dag todelt, som følge av at energiloven (1990) ble innført 1. januar 1991. I markedet for produksjon og salg av kraft er det konkurranse mellom kraftprodusenter og -leverandører, mens nettselskapene som står for transmisjon og distribusjon av elektrisk energi er ansett som naturlige monopoler (Bjørndal, Bjørndal og Fange 2010, 1). På grunn av monopolsituasjonen i nettsektoren er det behov for en regulering av nettselskapene, som Norges vassdrags- og energidirektorat [NVE] har ansvaret for.

I følge energiloven § 1-2 er formålet med loven blant annet å sikre at virksomhet knyttet til strømmettet foregår på en rasjonell måte, i tillegg til å ivareta de samfunnsmessige målene for nettsektoren. Dette vil primært være sikker forsyning av strøm til nettkunder uten avbrudd eller avvik i kvalitet, tilknytning av nytt forbruk og produksjon, og tilpasning av kapasitet til eksisterende kunder (Reiten et al. 2014, 11). For å oppnå dette benyttes både en direkte og indirekte regulering av nettselskapene. Den direkte reguleringen omfatter nettselskapenes plikter, som blant annet tilknytningsplikten, leveringsplikten, krav om at nettanleggene skal holdes i god stand og at leveringskvaliteten skal være tilfredsstillende (23). Den indirekte reguleringen, omtalt som økonomisk regulering heretter, tar for seg reguleringen av nettselskapenes tillatte inntekt. NVE bestemmer hvert år en individuell inntektsramme for hvert nettselskap, som medfører at selskapene må operere kostnadseffektivt for å oppnå positive økonomiske resultater (24). Inntektsrammene blir fastsatt på bakgrunn av effektivitetsanalyser, hvor selskapene blir sammenlignet med hverandre. Den økonomiske reguleringen har vært mye diskutert og kritisert for modellene som benyttes, og har i tillegg vært endret flere ganger (Von der Fehr 2010, 10). I denne avhandlingen vil vi ikke gå inn på tekniske detaljer rundt den økonomiske reguleringen, da dette er utenfor oppgavens formål og omfang.

En annen indirekte målsetting med reguleringen er å styrke nettselskapenes nøytralitet, og redusere risiko for kryssubsidiering. For å oppnå dette er nettselskapene gjennom energiloven §§ 4-6 og 4-7 pålagt et krav om selskapsmessig og funksjonelt skille. Selskapsmessig og funksjonelt skille innebærer i korte trekk at nettvirksomhet skal skilles fra annen konkurranseutsatt virksomhet. I dag gjelder disse kravene kun for selskap med flere enn 100 000 nettkunder, men som et tiltak for økt nøytralitet og redusert kryssubsidiering vil kravene skjerpes fra og med 2021. I 2016 ble det vedtatt en endringslov til energiloven som blant annet medfører at kravet om selskapsmessig skille vil gjelde for alle nettselskap. Det har vært diskutert hvorvidt dette også skal gjelde det funksjonelle skillet, men per dags dato ligger det an til at det funksjonelle skillet vil bli pålagt for selskap med flere enn 30 000 nettkunder. I tillegg vil definisjoner i paragrafene endres, slik at kravene blir strengere knyttet til hvordan nettselskapene er organisert og hvem som har ledende stilling i selskapene. Lovendringen som omfatter selskapsmessig og funksjonelt skille vil tre i kraft 1. januar 2021, som følge av en lang omstillingsperiode etter at endringen ble vedtatt i 2016.

På grunn av den strenge reguleringen som preger nettsektoren i Norge har blant annet nettselskapenes styre en spesielt viktig funksjon. I tillegg til at beslutninger knyttet til drift og investeringer skal tas, er det en rekke lover og regler som skal overholdes av nettselskapene. Styret har i stor grad ansvar for å påse at nettselskapet etterlever lovpålagte krav, samtidig som de har et overordnet ansvar for å sikre at ledelsens økonomiske styring og operative arbeid er under kontroll. Videre spiller styremedlemmene en viktig rolle i nettselskapet da eierne ofte er mindre synlige. Det er derfor viktig at medlemmene i styret er klar over eiernes interesser, og arbeider kontinuerlig for å ivareta disse interessene. Medlemmene kan være valgt inn i styret på bakgrunn av ulike typer kompetanse, som for eksempel styre- eller ledelseskompetanse. I følge Huse (2007a, 74) er det viktig at et styre representerer ulike kunnskap- og kompetansebehov, da styret skal være en ressurs for selskapet. I nettselskapenes styre kan områder som politisk-, juridisk- og energikompetanse tenkes å være spesielt relevant for å oppnå et verdiskapende styre. Et mangfoldig kompetansespekter bidrar til ulike perspektiver, som igjen kan bidra til styrearbeid av høy kvalitet. Den omfattende reguleringen som preger nettsektoren gjør at juridisk kompetanse kan tenkes å være en fordel, i tillegg til at politisk kompetanse kan være nyttig da mange nettselskap er kommunale foretak. Elektrisitetssektoren kan generelt anses som en komplisert bransje, og energikompetanse vil dermed tenkes å kunne bidra til økt kunnskap

og bedre beslutninger. På bakgrunn av ovennevnte introduksjon av tema vil avhandlingens formål og problemstilling presenteres i påfølgende delkapittel.

1.1 Formål og problemstilling

Formålet med avhandlingen er å kartlegge styrenes rolle og funksjon i norske nettselskap. Vi ønsker blant annet å undersøke i hvilken grad ulike kompetanseområder er representert i styrene, og hvorvidt styret selv mener at de er klar over og ivaretar eierens interesser. Videre er et mål for oppgaven å undersøke hvordan arbeidsfordeling mellom styret og ledelsen er i selskapene, samt grad av involvering og overlappende roller mellom styremedlemmer, ledelse og eiere. Oppgaven er i tillegg vinklet mot deler av NVEs nettregulering, med utgangspunkt i energiloven §§ 4-6 og 4-7, som tar for seg krav om selskapsmessig og funksjonelt skille for store nettselskap. Som det vil bli gjennomgått i detalj i kapittel 2 ble det i 2016 vedtatt endringer i energiloven, hvor endring i ovennevnte paragrafer vil tre i kraft 1. januar 2021. Dette vil medføre store omstillinger for en rekke nettselskaper, da kravene om selskapsmessig og funksjonelt skille vil bli strengere og mer omfattende. Det er dermed både interessant og dagsaktuelt å undersøke hvordan selskapene stiller seg til kravet om selskapsmessig og funksjonelt skille, samt endringen av kravet og hvorvidt de har startet forberedelser til lovendringen. Formålet med lovendringen er, som nevnt innledningsvis, blant annet å styrke nettselskapenes nøytralitet og redusere risiko for krysssubsidiering, da det er pålagt at nettselskap skal opptre nøytralt og uavhengig overfor andre aktører. Vi ønsker derfor å kartlegge i hvilken grad nettselskapenes styre har fokus på kravene knyttet til krysssubsidiering og nøytralitet, og om de mener det er enkelt eller vanskelig å følge opp i selve nettvirksomheten. I tillegg er vi interessert i eventuelle forskjeller mellom selskapene, og om ulike trekk kan ses i sammenheng med blant annet antall kunder. Videre i oppgaven vil antall kunder benyttes som et mål på selskapets størrelse, slik at det med “store selskap” vil refereres til selskap med et stort antall kunder, og “små selskap” refererer til selskap med få kunder.

På bakgrunn av ovennevnte formål med avhandlingen har vi utarbeidet følgende problemstilling:

Hvilken rolle og funksjon har styrene i norske nettselskap, og hvordan stiller de seg til energilovens krav om selskapsmessig og funksjonelt skille, samt endringen av kravet som trer i kraft i 2021?

I tillegg ønsker vi å belyse problemstillingen med fem utdypende spørsmål, som vi vil forsøke å besvare gjennom analyse av resultatene fra undersøkelsen:

- *Hvor utbredt er selskapsmessig og funksjonelt skille i nettsektoren, og planlegger selskaper som ikke har selskapsmessig eller funksjonelt skille å innføre det?*
- *Er det store eller små nettselskap som i størst grad har vært i, eller planlegger en oppkjøps- eller fusjonsprosess?*
- *Hvordan er involveringen mellom styret, ledelsen og eierne i norske nettselskap?*
- *I hvilken grad mener respondentene at styret er klar over og ivaretar eiernes interesser, og har det noen sammenheng med eiernes involvering i styret?*
- *Hva kjennetegner selskapene som vurderer endringsloven til energiloven som hensiktsmessig i stor eller liten grad?*

1.2 Avgrensning

På grunn av avhandlingens naturlige begrensninger i tid og ressurser er det gjort noen tiltak for å avgrense oppgavens omfang. Studien er blant annet avgrenset til det norske markedet, og tar dermed ikke for seg nettsektoren i andre land. Vi har i tillegg gjort en avgrensning i hvilke selskaper som er relevante for oppgaven, og som dermed inngår i populasjonen. Grunnen til dette er at det finnes industriselskaper med begrensede nettanlegg som i hovedsak leverer kraft til egen industri. Enkelte av disse har et fåtall forbrukerkunder knyttet til nettanlegget og er derfor registrert med inntektsramme. Likevel vurderer vi det dit hen at slik nettvirksomhet avviker svært mye fra andre nettselskaper i Norge, og dermed ikke vil være av interesse for denne avhandlingen.

En annen avgrensning som er gjort er innenfor avhandlingens metodiske tilnærming, hvor omfanget er begrenset til en kvantitativ tilnærming. Optimalt sett ville avhandlingen tatt for seg både en kvalitativ og en kvantitativ undersøkelse, slik at analyser og funn kunne baseres på både dyp og bred innsikt. Videre er undersøkelsens tidshorisont avgrenset til et tverrsnitt, fremfor en longitudinell undersøkelse som kan vise utvikling over tid. Årsaken til dette dreier seg spesielt om at avhandlingen har en tidsbegrensning på ett studiesemester. En ytterligere metodisk avgrensning som er gjort er knyttet til undersøkelsens respondenter, da vi kun spør én person i hvert styre som svarer på flere spørsmål om styret som helhet. Svarene vil dermed kunne være personens subjektive oppfatning, og ikke nødvendigvis gi en korrekt fremstilling av hele styret. Som det fremkommer i problemstillingen er det også gjort

avgrensninger på bakgrunn av oppgavens omfang, da vi har valgt å kun undersøke styrets syn på energiloven §§ 4-6 og 4-7, om selskapsmessig og funksjonelt skille. Det er dermed flere andre aspekter ved energiloven og endringen av loven som ikke inkluderes i kartleggingen.

1.3 Avhandlingens struktur

Innledningsvis ble problemstilling og formål som ligger til grunn for prosjektet presentert, i tillegg til avgrensninger for oppgaven. Videre i kapittel 2 følger en gjennomgang av nettsektoren i Norge, med blant annet utdypende informasjon om hvordan nettselskap reguleres. Deretter følger en presentasjon av eksisterende litteratur innenfor styrearbeid i kapittel 3, som er relevant for å belyse studiens problemstilling. I kapittel 4 gjennomgås metodiske valg som er gjort, som blant annet valg av spørreundersøkelse som innsamlingsmetode, i tillegg til en diskusjon av styrker og svakheter knyttet til de ulike valgene. I kapittel 5 gjøres en vurdering av datamaterialet, med utgangspunkt i kvalitetskravene reliabilitet og validitet, samt svarprosent og frafall. I analysen i kapittel 6 gjennomgås både deskriptive og statistiske analyser av datamaterialet, hvor interessante sammenhenger mellom spørsmål avdekkes og diskuteres. Avslutningsvis følger en konklusjon i kapittel 7, etterfulgt av en presentasjon av blant annet avhandlingens bidrag, implikasjoner og begrensninger.

2. Nettsektoren i Norge

Innenfor elektrisitetsbransjen skilles det mellom nettvirksomhet som omfatter transmisjon og distribusjon av elektrisitet, og kraftproduksjon og -omsetning av elektrisk energi. I denne avhandlingen er det nettvirksomheten som er av interesse, og det vil derfor ikke bli lagt vekt på markedet for kraftproduksjon og -omsetning. Videre i kapitlet følger en gjennomgang av hvordan strømmettet i Norge er organisert, og en oversikt over selskapsstruktur i nettsektoren. Deretter forklares hvordan nettsektoren er regulert med utgangspunkt i energiloven, og reguleringens underliggende hensikt knyttet til nøytralitet og kryssubsidiering utdypes. Til slutt presenteres kravene om selskapsmessig og funksjonelt skille i nettsektoren, som anses som tiltak for å nå målet om styrket nøytralitet og redusert risiko for kryssubsidiering.

2.1 Organisering av strømmettet

I Norge deles strømmettet inn i transmisjonsnett og distribusjonsnett, hvor distribusjonsnett videre deles i regionalt og lokalt distribusjonsnett. Transmisjonsnett er i hovedsak bygget opp av høyspente kraftledninger med 300 kV eller 420 kV spenning, men også noen linjer med 132 kV inngår. Transmisjonsnett er hovedårene i kraftsystemet som binder sammen kraftprodusenter og -forbrukere, og har i tillegg kraftledninger med forbindelse til utlandet. Under nivået for transmisjonsnett følger det regionale distribusjonsnett, som kobler sammen transmisjonsnett og det lokale distribusjonsnett. Spenningsnivået for de to distribusjonsnettene varierer mellom alt fra 220 kV helt ned til lavspente ledninger på 230 V (NVE 2018c). Nettkundene knyttes til nettet på et bestemt punkt, hvor de største kundene som driver produksjonsanlegg eller kraftintensiv industri gjerne er koblet direkte til transmisjonsnett, mens andre kunder er koblet til distribusjonsnett (Reiten et al. 2014, 17).

I Norge er Statnett SF utnevnt av NVE som transmisjonssystemoperatør [TSO], og har dermed systemansvar for kraftsystemet. Statnett SF er et statlig eid selskap gjennom Olje- og energidepartementet, med NVE som tilsynsmyndighet. Systemansvaret innebærer blant annet å påse at kraftproduksjon og kraftforbruk er i momentan balanse, og reguleres gjennom forskriften om systemansvar i kraftsystemet (2002) med hjemmel i energiloven (Statnett 2017). Forskriften skal i følge § 1 tilrettelegge for effektivitet og tilstrekkelig

leveringskvalitet i kraftmarkedet. Som systemansvarlig aktør eier Statnett SF det norske transmisjonsnett, med unntak av en liten del som eies av regionale nettselskaper (Energifakta Norge 2017). I 2016 utgjorde Statnett SF sin eierandel rundt 98% av den bokførte verdien i transmisjonsnett i Norge (Heien et al. 2017, 9). I følge en endringslov til energiloven (tredje energimarkedspakke), som ble kunngjort 25. mai 2018, skal det tilføres en ny § 4-8 som blant annet sier *“Anlegg i transmisjonsnett skal overdras til den systemansvarlige virksomheten”*. I tillegg vil det tilføres en ny § 4-9 som innebærer at *“Departementet kan etter søknad fatte vedtak om samtykke til ekspropriasjon av anlegg i transmisjonsnett til fordel for den systemansvarlige virksomheten”*. Dette betyr at Statnett SF med konsesjon om systemansvar etterhvert vil eie hele det norske transmisjonsnett.

2.2 Selskapsstruktur i nettsektoren

Nettsektoren i Norge består i stor grad av mange små nettselskap, til tross for at bransjen har vært preget av endring de siste årene og antall nettselskaper stadig reduseres. I 1984 var det hele 293 nettselskaper i Norge, og fra 2007 til 2016 ble antallet redusert fra 157 til 131 selskaper (Heien et al. 2017, 9). I følge informasjon vi har mottatt fra NVE er det registrert 124 selskaper med inntektsramme for 2019, i tillegg til Statnett SF, noe som tyder på at antallet fortsatt er synkende. Av de 131 nettselskapene som var registrert i 2016 hadde 18 selskaper virksomhet i transmisjonsnett, 79 selskaper hadde virksomhet i det regionale distribusjonsnett og 117 selskaper i det lokale distribusjonsnett. Det er store størrelsesforskjeller mellom de små og store selskapene i nettsektoren, og i 2016 betjente de 10 største nettselskapene hele 65% av kundene. Nærmere halvparten av selskapene med virksomhet i det lokale distribusjonsnett hadde færre enn 6 000 kunder, og betjente til sammen kun 5% av nettkundene i Norge (Heien et al. 2017, 9).

Selskapsformen som er mest utbredt i den norske nettsektoren er aksjeselskap [AS], og i 2016 hadde rundt to tredeler av selskapene flere eiere. I tillegg var to tredeler av kapitalen i nettsektoren kommunalt, fylkeskommunalt eller statlig eid, og 19 nettselskaper var organisert som samvirkeforetak. Mange kommunale nettselskaper har i løpet av de siste 20 årene blitt gjort om til aksjeselskaper, mens det har vært mindre endring i andelen samvirkeforetak (Heien et al. 2017, 11). Et samvirkeforetak eies av sine medlemmer og har som formål å ivareta de økonomiske interessene til medlemmene gjennom samarbeid. Et samvirkeforetak må alltid ha minst to eiere eller medlemmer, som kan være både ansatte,

leverandører eller kunder av samvirkeforetaket (Altinn 2018). Med andre ord er ikke målet til et samvirkeforetak nødvendigvis å maksimere avkastning, men å ivareta alle medlemmenes interesser på best mulig måte. For nettselskap som er organisert som samvirkeforetak betyr det at utbytte i form av lavere nettleie kan være vel så viktig som utbetalt utbytte (Heien et al. 2017, 11).

2.3 Regulering av nettsektoren

Som nevnt innledningsvis fungerer strømmettet i Norge som et naturlig monopol, der nettselskap har konsesjon til å bygge og drive fordelingsnett i hvert sitt geografiske område (NVE 2018c). Årsaken til dette er at det er knyttet svært høye kapitalkostnader til etablering av nye strømmett, og det ville ikke vært samfunnsmessig lønnsomt å ha flere konkurrerende nett med ledig kapasitet. På en annen side medfører naturlig monopol i strømmettet at kundene selv ikke kan velge nettselskap, og en regulering er dermed nødvendig for å sikre at nettselskapene ikke misbruker sin monopolmakt (Reiten et al. 2014, 23). Et uregulert naturlig monopol vil som alle profittmaksimerende selskap tilpasse seg slik at eget overskudd maksimeres. På grunn av monopolenes markedsrett vil ikke en slik tilpasning være samfunnsøkonomisk optimal, da det vil føre til et effektivitetstap dersom monopolene ikke reguleres (Riis og Moen 2016, 312). For å sikre at nettselskapene leverer kraft til rett pris og kvalitet, samt at nettet bygges ut og benyttes på en rasjonell samfunnsmessig måte, er driften av strømmettet i Norge regulert av NVE (NVE 2017).

2.3.1 Energiloven

Reguleringen av norske nettselskap har sin hjemmel i energiloven (1990) som trådte i kraft 1. januar 1991, og som senere har blitt endret ved flere anledninger. I følge energiloven § 1-2 er formålet med reguleringen følgende:

“Loven skal sikre at produksjon, omforming, overføring, omsetning, fordeling og bruk av energi foregår på en samfunnsmessig rasjonell måte, herunder skal det tas hensyn til allmenne og private interesser som blir berørt.”

Med dette som hensikt besluttet lovgiver at det i elektrisitektsektoren skulle skilles mellom konkurranseutsatt virksomhet som kraftproduksjon og -omsetning, og monopolbasert nettvirksomhet. Dette ble gjort gjennom en deregulering av kraftmarkedet, som medførte fri

konkurranse i markedet for produksjon og salg av kraft, mens nettselskapene med ansvar for kraftdistribusjon forble regulert som monopoler (Bjørndal, Bjørndal og Fange 2010, 1). I tillegg ble det blant annet innført krav om at nettvirksomhetens regnskap og budsjetter skulle være adskilt fra annen type virksomhet (Reiten et al. 2014, 21). Energiloven omfatter både en direkte og en økonomisk regulering av nettselskapene, som gjennomgås i de to følgende delkapitlene.

2.3.2 Direkte regulering

Hensikten med den direkte reguleringen er å påse at nettselskapene investerer i utbygging og vedlikehold av strømmettet, uansett om det er lønnsomt for virksomheten eller ikke (Reiten et al. 2014, 23). Den direkte reguleringen av nettsektoren innebærer dermed plikter som inngår i lov og forskrift, som blant annet nettselskapenes plikt til å vedlikeholde og utbedre strømmettet. I tillegg innebærer energiloven § 3-3 at nettselskapene har leveringsplikt, som betyr at de er pliktet til å levere elektrisk energi til alle nettkunder i sitt konsesjonsområde. Videre følger § 3-4 om selskapenes tilknytningsplikt, som vil si at alle med konsesjon for nettanlegg er pliktet til å knytte nye anlegg til nettet, og investere i anlegg dersom det er nødvendig. Det stilles også spesifikke kvalitetskrav til nettselskapene, gjennom en egen forskrift om leveringskvalitet i kraftsystemet (2004). Forskriften tar blant annet for seg krav til spenningskvalitet på energien som leveres, samt avvikshyppighet og varighet på leveringsavbrudd.

2.3.3 Økonomisk regulering

Den økonomiske reguleringen av nettselskapene må sees i sammenheng med den direkte reguleringen, da de to formene for regulering ikke vil oppnå ønsket effekt alene (Reiten et al. 2014, 23). På grunn av nettselskapenes monopolsituasjon er det behov for en særskilt økonomisk regulering. Denne tar for seg nettselskapenes avkastning, og innebærer at NVE setter begrensninger for maksimal tillatt inntekt slik at selskapene ikke har mulighet til å utnytte sin monopolsituasjon (24). Inntektsreguleringen har dermed som hensikt å gi insentiver til at nettselskapene skal operere kostnadseffektivt, da selskapene står fritt til å øke egen avkastning gjennom kostnadsreduksjon (Bjørndal et al. 2018, 710).

Det er flere faktorer som inngår i NVEs fastsettelse av nettselskapenes inntektsramme, deriblant et kostnadsgrunnlag og en kostnadsnorm. Kostnadsgrunnlaget baserer seg på det enkelte nettselskapets kostnader to år tilbake i tid, slik at inntektsrammer for 2018 er basert

på regnskapsdata fra 2016. Kostnadsnormen derimot tar utgangspunkt i hva nettselskapets kostnader bør være, gitt kostnadene i andre sammenlignbare selskaper. Med dette menes at kostnadsnormen fastsettes på grunnlag av kostnadene til de mest effektive sammenlignbare selskapene. En slik kostnadsnorm vil bidra til at nettselskapene har mulighet til å øke egen avkastning ved å operere mer kostnadseffektivt enn gjennomsnittet i bransjen. Ved utarbeidelse av nettselskapets individuelle inntektsramme vektes kostnadsgrunnlaget med 40%, mens kostnadsnormen vektes med 60%. En slik inntektsregulering innebærer at nettselskap med gjennomsnittlig effektivitet får dekket sine kostnader, og gir insentiver til kostnadsreduksjon for selskapene (NVE 2018d). Dette skaper en slags målestokk-konkurranse mellom monopolvirksomhetene, da selskapene konkurrerer om sin andel av den samlede inntektsrammen som er gitt ved de totale kostnadene i bransjen. Med andre ord innebærer målestokk-konkurranse at selskapenes kostnader sammenlignes, og at selskapene derfor vil forsøke å være mer effektive enn gjennomsnittet i bransjen (Shleifer 1985, 320). En forutsetning er likevel at selskapene er profittmaksimerende, da det som nevnt i delkapittel 2.2 kan være samvirkeforetak som har andre målsettinger enn å maksimere avkastning.

Inntektsrammen angir nettselskapets tillatte inntekt, men selskapene står selv ansvarlige for å fastsette tariffen for nettleie. Dersom faktisk inntekt overgår den tillatte inntekten vil dette komme nettkundene til gode. En slik differanse mellom faktisk og tillatt inntekt kalles merinntekt, og vil føre til en reduksjon i kundenes nettleie påfølgende år. I motsatt tilfelle hvor nettselskapets inntekt er lavere enn det tillatte nivået kalles dette mindreinntekt. Ved en slik situasjon kan selskapet oppjustere tariffen for nettleie, slik at kundene betaler mer påfølgende år. NVE overvåker nettselskapenes årlige inntekt, og sørger for at nettselskapene forsøker å fastsette nettleien slik at saldoen for mer- eller mindreinntekt styres mot null over tid (NVE 2018d).

2.3.4 Nettselskapets nøytralitet

For å sikre effektiv utnyttelse av ressurser og kvalitet i kraftsektoren, vil en underliggende målsetting med reguleringen være å styrke nettselskapenes nøytralitet. På grunn av monopolsituasjonen i nettmarkedet er nettselskapene pliktet til å opptre nøytralt overfor samtlige kraftprodusenter og -leverandører i markedet. Med nøytralitet menes at nettselskapet ikke skal ha innvirkning på konkurransen mellom kraftleverandørene i markedet, og de skal ikke gi fordeler til andre selskap i samme konsern. Videre innebærer

nøytral opptreden at nettselskapene ikke skal utføre handlinger eller gi informasjon som andre virksomheter kan utnytte i markedet. På denne måten vil nettselskapene gjennom nøytral opptreden kunne bidra til å opprettholde en rettferdig og effektiv konkurranse i kraftmarkedet (NVE 2018a). Dersom det er tett integrasjon mellom et nettselskap og selskap som driver med annen konkurranseutsatt virksomhet vil det kunne føre til manglende nøytral opptreden fra nettselskapet. Dette vil videre kunne medføre vridninger i det konkurranseutsatte markedet, noe som er lite samfunnsmessig effektivt (Reiten et al. 2014, 33). Ved tett integrasjon mellom selskapene vil det også være vanskeligere for tilsynsmyndighetene å påse at nettselskapet overholder nøytralitetsplikten (35).

2.3.5 Risiko for kryssubsidiering

Videre er en annen underliggende målsetting for reguleringen å redusere risiko for kryssubsidiering i nettsektoren. Kryssubsidiering betyr i hovedsak at inntjening fra en aktivitet blir brukt til å bekoste andre aktiviteter. Dette omtales gjerne som en utfordring i forbindelse med at en virksomhet mottar offentlig støtte for en type aktivitet, samtidig som de driver med annen type konkurranseutsatt virksomhet. Et typisk eksempel på kryssubsidiering er at kostnader fra konkurranseutsatt virksomhet tilegnes skjermet virksomhet, slik at virksomheten under konkurranse fremstår som mer lønnsom og kostnadseffektiv (Fornyings-, administrasjons- og kirkedepartementet 2010, 52). For nettselskap som er vertikalt integrert med annen konkurranseutsatt virksomhet, vil spørsmålet om kryssubsidiering være svært aktuelt på grunn av monopolsituasjonen hos nettselskapene. Vertikal integrasjon defineres i energiloven § 1-3 som *“Virksomhet eller en gruppe av virksomheter som utøver produksjon eller omsetning av elektrisk energi i tillegg til overføring, omforming eller fordeling av elektrisk energi (nettvirksomhet)”*. Slik energiloven er formulert på nåværende tidspunkt omfatter konkurranseutsatt virksomhet knyttet til nettsektoren produksjon og salg av kraft, men ut over denne definisjonen kan annen virksomhet i tillegg være tjenester som for eksempel fiber eller TV-abonnement (Reiten et al. 2014, 33).

2.3.6 Selskapsmessig og funksjonelt skille

For å oppnå reguleringens ulike målsettinger, som blant annet økt nøytralitet og redusert risiko for kryssubsidiering, har det blitt innført krav om selskapsmessig og funksjonelt skille i nettsektoren. Siden energiloven ble endret i 2006, med virkning fra 1. januar 2007, har det i

følge §§ 4-6 og 4-7 vært et krav om at nettselskap med flere enn 100 000 kunder skal innføre selskapsmessig og funksjonelt skille. I følge energiloven betyr selskapsmessig skille at nettvirksomheter skal være selvstendige rettssubjekter, og skilles fra annen virksomhet innenfor produksjon og salg av elektrisk energi. Nettselskapet kan heller ikke eies av, eller eie andre selskap som driver med produksjons- eller omsetningsvirksomhet. Det er i følge dagens lovverk tillatt for nettselskap med selskapsmessig skille å drive med annen virksomhet, så lenge det ikke innebærer produksjon eller salg av elektrisk energi.

I følge energiloven skal nettselskap som er underlagt kravet om selskapsmessig skille også styres uavhengig av annen konkurranseutsatt virksomhet. Dette kalles funksjonelt skille, og innebærer i følge § 4-7 at *“Personer i ledelsen i nettvirksomheten ikke kan delta i ledelsen i virksomhet som forestår konkurranseutsatt virksomhet innenfor den vertikalt integrerte virksomheten”*. Med andre ord kan ikke nettselskapets ledelse være en del av ledelsen i andre tilknyttede selskap som driver med virksomhet under konkurranse. Energiloven § 4-7 påpeker også at morselskapet eller den kontrollerende eieren ikke har lov til å gi instruksjoner vedrørende driften av nettvirksomheten, eller om utbedring og utbygging av strømmettet. De kan likevel ha den overordnede styringen over nettselskapets økonomiske rammer, så lenge de ikke har innflytelse på driften (NVE 2018b). Kravet om funksjonelt skille bidrar til å styrke nettselskapenes nøytralitet, da dette blant annet reduserer integrasjonen mellom nettmonopol og konkurranseutsatt virksomhet (NVE 2018b). I 2017 var det 7 selskaper med flere enn 100 000 kunder, som var underlagt kravet om selskapsmessig og funksjonelt skille, i følge tall fra NVE (appendiks B). I 2016 hadde i tillegg 35 andre selskap innført selskapsmessig skille, enten på frivillig grunnlag eller etter pålegg fra NVE (Heien et al. 2017, 12).

2.3.7 Endring av energiloven i 2021

I 2016 vedtok Stortinget en endringslov til energiloven (skille mellom nettvirksomhet og annen virksomhet mv.), som vil tre i kraft 1. januar 2021 på grunn av en lang overgangsperiode. Her ble det bestemt at nettvirksomheter skal skilles både selskapsmessig og funksjonelt fra *all* øvrig virksomhet som ikke er nettvirksomhet. Det betyr at nettselskap ikke kan drive med, eller eie selskap som driver med noen annen form for virksomhet enn nettvirksomhet. I endringsloven § 4-6 står det i tillegg at selskap som driver med produksjon eller salg av elektrisk energi eller konsesjonspliktig fjernvarme, ikke skal ha kontroll over nettselskaper. I følge endringsloven må nettselskapene dermed være uavhengige enheter,

eller inngå i et konsern med et tomt morselskap. Videre står det i endringsloven § 4-7 om funksjonelt skille at *“Personer i ledelsen i nettforetak ikke kan delta i ledelsen i foretak som driver annen virksomhet innenfor det integrerte foretaket”*. Endringen medfører at ledelsen i nettselskapet ikke kan være en del av ledelsen i tilknyttede selskaper som driver med noen annen virksomhet enn nett. Dette kan anses som et tiltak for å redusere risiko for kryssubsidiering mellom konkurranseutsatt og monopolregulert virksomhet.

En annen vesentlig endring som trer i kraft 1. januar 2021 er at fritaksgrensen for nettselskap med færre enn 100 000 kunder fjernes. Dette innebærer at kravet om selskapsmessig skille vil gjelde alle nettselskap, uavhengig av antall kunder (NVE 2018b). I utgangspunktet skulle dette også gjelde for det funksjonelle skillet, men etter at endringsloven ble vedtatt i 2016 har de minste selskapene, sammen med Distriktsenergi og KS Bedrift, jobbet med å få etablert en ny fritaksgrense fra kravet om det funksjonelle skillet (KS Bedrift Energi). Arbeidet førte til at stortingsrepresentanter fra Senterpartiet i desember 2017 fremmet et forslag om endringer i kravet om funksjonelt skille. Bakgrunnen for representantforslaget er blant annet at de mener endringen av energiloven er i favør av store nettselskap, og at det vil medføre byråkrati og økonomiske ulemper. Representantenes instruks gikk derfor ut på at regjeringen ble bedt om å legge frem et lovforslag som gir nettselskap med færre enn 30 000 kunder fritak fra det funksjonelle skillet (Representantforslag 87 S 2017-2018). Etter at saken ble behandlet av Energi- og miljøkomiteen ble det i mars 2018 avgitt en innstilling fra komiteen om representantforslaget (Innst. 180 S 2017-2018). Siden Stortinget har vedtatt en slik instruks, er det grunn til å anta at departementet vil legge frem et lovforslag som fritar nettselskap med færre enn 30 000 kunder fra kravet om funksjonelt skille. Likevel er det knyttet noe usikkerhet til lovforslaget som foreløpig ikke er fremmet (18. desember 2018), og en må ta forbehold om at stortingsrepresentantene som skal stemme over forslaget kan endre sin mening. Uansett vil endringen av energiloven §§ 4-6 og 4-7, med virkning fra 1. januar 2021, medføre langt strengere krav til selskapsmessig og funksjonelt skille for nettselskaper, som igjen vil føre til økte kostnader i bransjen. Dette er et virkemiddel for styrke nettselskapenes nøytralitet ytterligere, samt gjøre det vanskeligere for nettselskap å bedrive kryssubsidiering (NVE 2018b).

2.3.8 Fusjon i nettsektoren

Etter at Reitenutvalget la frem rapporten “Et bedre organisert strømnett” i 2014, og Stortinget vedtok en endringslov til energiloven i 2016, har antall fusjoner fortsatt å øke. De

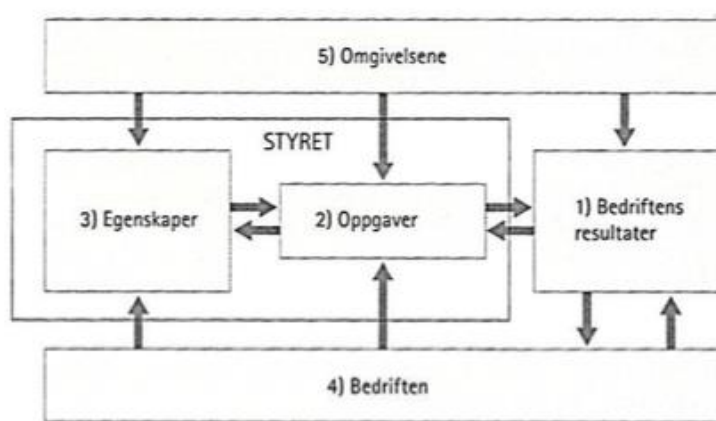
siste årene har flere selskap fusjonert og tallet på nettselskaper har, som nevnt tidligere, blitt redusert kraftig (Heien et al. 2017, 9). I vår undersøkelse ønsker vi blant annet å avdekke om endringen av energiloven har hatt innvirkning på nettselskapenes ønsker eller planer om oppkjøp eller fusjon, og om det er noen sammenheng mellom antall kunder og hvorvidt fusjon eller oppkjøp planlegges. I følge Mydland (2018, 98) finnes det potensielle fusjonsgevinster i den norske nettsektoren, i form av kostnadsreduksjon for selskapene. Det hevdes at fusjonsgevinster er én av flere grunner til at energiloven endres, og at det er en viktig årsak for å rettferdiggjøre endringsloven som trer i kraft i 2021 overfor nettselskapene. Med andre ord kan potensielle fusjonsgevinster virke som et insentiv til nettselskapene om å slå seg sammen, da lovendringens skjerpede krav for nettselskapene generelt vil føre til en kostnadsøkning i bransjen.

3. Teoretisk tilnærming til styrearbeid

Kapittel 3 tar for seg det teoretiske grunnlaget for avhandlingen. Det vil presenteres relevant litteratur om styrearbeid, knyttet til blant annet styrets sammensetning, medlemmer, rolle, kompetanse og samspill mellom styret og ledelsen.

Det finnes flere retningslinjer for hva god selskapsledelse innebærer, og Norsk Utvalg for Eierstyring og Selskapsledelse [NUES] har utarbeidet en anbefaling som angår dette. NUES mener et styre bør bestå av parter som kan ivareta eierens interesser og behovet for videre kompetanse, mangfold og kapasitet (Reiten et al. 2014, 23). I følge Huse (2004) er styrets oppgave å skape verdi for interessentene, og styret kan dermed sees på som et hjelpemiddel for eksterne interessenter. I tillegg kan det være slik at bedriften blir ansett som en selvstendig institusjon, og at styrets rolle vil være å opprettholde verdiskapningen i bedriften over lengre tid. For å oppnå god virksomhetsstyring er medlemmene i styret en viktig ressurs. Deres kompetanse, kunnskap og egenskaper, samt selve sammensetningen av styret vil påvirke hvordan et styre samarbeider. Dette vil videre påvirke blant annet selskapets resultater og hvorvidt eierinteresser blir ivaretatt (Huse 2004).

Det er en rekke forhold som bør vurderes for å oppnå en god forståelse av styret. Zahra og Pearce (1980) har utarbeidet en analysemodell som viser sammenhenger mellom elementer i og rundt et styre, som illustrert i figur 3.1. Elementene modellen tar for seg er bedriftens resultater, styrets oppgaver og egenskaper, selve bedriften og omgivelsene rundt. For å få en forståelse av styrets verdiskaping vil det være viktig å kjenne til hvordan disse elementene påvirker hverandre. Det kan for eksempel være slik at egenskaper ved styret og det styret gjør, har en sammenheng med selskapets resultater (Huse 2007b, 23). Selskapets resultater kan vurderes ut i fra hvilke formål eller perspektiver som styret anser som viktig. Videre forklarer styrets oppgaver hva styrene gjør, mens styrets egenskaper beskriver andre forhold som struktur, prosesser og sammensetningen av selve styret. Forhold i selskapet og omgivelsene rundt kan også bidra til å få en nærmere forståelse av styrets rolle. Videre i kapittelet vil elementene i modellen gjennomgås.



Figur 3.1: Totalmodell (Zahra og Pearce 1989, gjengitt i Huse 2007b, 22)

3.1 Agentteori

For å forstå grunnlaget for styrearbeid er det naturlig å starte med den klassiske agentteorien. Denne teorien brukes ofte som en tilnæringsmåte for å kunne vurdere og forstå styrer. Agentteorien utfolder seg slik at ledelsesprosessen omhandler forholdet mellom såkalte prinsipaler og agenter. Zahra og Pearce (1989) mener ut fra agentteorien at styrenes viktigste rolle er å styre ledelsen mot en effektiv drift, samt å beskytte eiernes interesser. I følge Jensen og Meckling (1976, 308) er et prinsipal-agent-forhold en kontrakt som prinsipalene bruker for å få agenten til å utføre oppgaver for seg. Hvis begge parter er nyttemaksimerende kan det være at agenten ikke alltid ønsker å handle ut fra prinsipalens interesser. Prinsipalen kan dermed etablere passende insentiver for agenten og etablere overvåkingskostnader for å begrense agentens avvikende aktiviteter (308). Selv om prinsipalen bruker agenten til å utføre oppgaver på vegne av egne interesser, vil noe av beslutningsmyndigheten tilhøre agenten. Det vil si at resultatet som fremkommer vil påvirke både agent og prinsipal. Teorien bygger også på at det kan oppstå problemer i avhengighetsforholdet mellom de to partene. Det første problemet kan oppstå ved at prinsipal og agent har ulike mål. Av natur vil mennesker opptre slik at de valgene som tas gir best resultater for en selv. Utfordringen vil dermed være å skape et felles mål som begge parter kan komme godt ut av. Det andre problemet er knyttet til om det finnes asymmetrisk informasjon mellom prinsipal og agent. Med dette menes at prinsipal og agent har tilgang til ulik informasjon, som kan føre til at agenten vil arbeide for sine egne interesser fremfor å ivareta interessene til prinsipalen (Randøy og Koekebakker 2002).

3.1.1 Styret som et kontrollorgan

Fama og Jensen (1983) hevder at flere forskere hovedsakelig ser på styret som et kontrollorgan. Denne rollen kan sees i sammenheng med agentteorien hvor styret har som oppgave å kontrollere agenten, altså ledelsen. Fra et agentteori-perspektiv kan styret benyttes som et overvåkingsorgan for eierinteresser og deres investeringer, og styret kan i tillegg fungere som et relevant informasjonssystem (Fama og Jensen 1983). Agentteorien hevder at god eierskapskontroll er viktig for at ikke agenten skal utnytte sin posisjon til egen fortjeneste (Randøy og Koekebakker 2002). Dersom agentteorien ses i sammenheng med norske nettselskap vil ledelsen kunne oppfattes som agenten, mens styret vil tilføye prinsipal-rollen. Ledelsen og styret skal operere på vegne av eierne, og styret er et redskap for å kontrollere ledelsen.

3.1.2 Eiere, styret og ledelsen

Agentteorien fokuserer på en ensidig påvirkning fra selskapets eiere, som går via styret til ledelsen. Eierne velger dermed et styre som kan overvåke ledelsen slik at eiernes interesser blir ivaretatt. Velfungerende kontrollrutiner og insentiver kan videre resultere i en lønnsom drift. Forskning viser at samspillet mellom eiere, styret og ledelsen vil påvirkes av ulike faktorer. For det første har det vært fokus på eiertyper og eierkonsentrasjon. Ved at selskapet har én eller få eiere, kan det føre til at eierne får insentiver og makt til å engasjere seg dersom selskapet gjør det mindre bra, ved å for eksempel bytte ut styret og ledelsen. Ulike eiertyper kan blant annet være statlige eierskap eller eiere som samtidig er en del av selskapsledelsen. Statlige eierskap kan tenkes å ikke ha lønnsomhet som en prioritet, og dette vil kunne påvirke interessene til andre eiere (Randøy og Koekebakker 2002). Dersom eiere er en del av selskapets ledelse vil det samtidig bety at ledelsen har eierinteresser, noe som kan føre til at agentkostnadene reduseres ved at ledelsen har samme interesser som eierne (Randøy og Koekebakker 2002). Jensen og Meckling (1976, 209) definerer agentkostnader som styringskostnader, forpliktelseskostnader og restkostnader. Styringskostnader er de kostnadene og investeringene som forekommer ved å ha et styre. Videre er forpliktelseskostnader knyttet til ulike forpliktelser som agenten har inngått, og restkostnaden er betegnet som en restrisiko som prinsipalen sitter igjen med. Et slikt eierskap vil med andre ord unngå et verditap som kan oppstå ved at ledelsen ikke tar beslutninger som er til eiernes beste. Likevel kan et eierskap hvor eierne er med i ledelsen bringe med seg negative effekter, da det kan åpne for muligheter til misbruk av kontroll.

Videre er styresammensetning en viktig faktor. Agentteorien hevder som sagt at styret hovedsakelig er et kontrollorgan, og Jensen (1993, 865) påpeker at mindre styre er bedre til å kontrollere ledelsen, samt å sikre høy lønnsomhet. I tillegg er det viktig at styremedlemmene er uavhengige fra ledelsen. Det kan bli vanskelig for styrene å opptre som en kontrollfunksjon dersom styremedlemmer samtidig er en del av den daglige ledelsen, eller at styret på andre måter blir påvirket av ledelsen (Huse 2007b, 47). Videre er det andre forhold som er med på å påvirke effektiviteten til styret, som for eksempel erfaringsbakgrunn, alder og kjønnsammensetning (Randøy og Koekebakker 2002). Dette vil bli gjennomgått i de påfølgende delkapitlene.

3.2 Styrets rolle og funksjon

Styrets funksjon kan bestå av flere elementer som bidrar til blant annet nettverksbygging og legitimering. Styrene kan altså være med å påvirke viktige interessenter, bidra med flere typer rådgivning, følge opp økonomiske forhold som blant annet budsjetter og investeringer, samt følge opp organisasjonen som helhet (Huse 2004). For å kunne forstå styrets rolle vises det til ulike egenskaper (Huse 2007b, 26). Styresammensetning er en egenskap som blant annet omfatter antall styremedlemmer, fordeling av styremedlemmene basert på kjønn, kompetanse, alder, og styremedlemmenes erfaring. Det har blitt lagt vekt på at styremedlemmene ikke skal være avhengige av selskapets ledelse, da et avhengighetsforhold kan føre til at styret ikke tar selvstendige beslutninger dersom de er motstridende med ledelsens interesser. Sammensetningsegenskaper som antall styremedlemmer, om styremedlemmene inngår i toppledelsen, om daglig leder er styreleder, og om daglig leder har familie og venner som styremedlemmer, blir gjerne brukt for å avdekke om styret er uavhengig eller avhengig av ledelsen (27).

Det kan være slik at styret blir satt sammen med utgangspunkt i å representere andre interesser enn eierinteresser. I Norge ses dette gjerne i tilknytning til politisk-, ansatt-, distrikts- og kvinnerepresentasjon. Det har i USA blitt utarbeidet ulike forslag for å oppnå uavhengighet fra ledelsen. Disse forslagene er blant annet at styrene ikke skal være for store, at styremedlemmene ikke kan være en del av den daglige ledelsen i selskapet, og at daglig leder ikke har mulighet til samtidig å være styreleder. Videre kan styremedlemmer være både eksterne eller interne, noe som kan ha innvirkning på styrets uavhengighet til ledelsen. Det kan være vanskelig å definere eksterne og interne styremedlemmer i praksis, og et

spørsmål vedrørende dette er hvorvidt et styremedlem som er valgt av de ansatte er ekstern eller intern. Uklarhetene rundt interne og eksterne styremedlemmer har ført til at det er vanskelig å sammenligne ulike studier med tanke på eierstrukturer, bransjer og land (Huse 2007b, 105). I vår undersøkelse er interne styremedlemmer definert som “ansatt i nettselskapet, morselskapet eller et annet selskap i konsernet”. Eksterne styremedlemmer vil dermed være utenforstående medlemmer som ikke er tilknyttet selskapet eller konsernet.

Styrearbeidets struktur er et element som er viktig for å kunne forstå styrets rolle. Antall styremøter er et eksempel på en slik struktur, og det er svært varierende hvor ofte det holdes styremøter i ulike selskap. Det kan forekomme at enkelte styrer ikke avholder møter overhodet, men optimalt sett bør det avholdes møter ofte nok til at styret kan opprettholde sine funksjoner og et kontinuerlig arbeid (Huse 2007b, 28). Det anbefales gjerne å ha fem til ti styremøter i løpet av et normalt år, mens ved spesielle situasjoner, som for eksempel fusjon, vil det være passende å ha styremøter oftere. Selskapets størrelse kan også ha innvirkning på hvor ofte styremøter bør avholdes. Store selskap har ofte ni til ti møter i året, mens mindre selskap gjerne har halvparten av dette (122).

3.2.1 Styrets kompetanse

Styrets kompetanse er sett på som selskapets ressurs, og Huse (2007a, 74) presenterer ulike kunnskap- og kompetansebehov i et styre. Kunnskap om selskapet er viktig i den forstand at styremedlemmene blant annet bør inneha kunnskap om selskapets hovedaktiviteter, sterke og svake sider ved selskapet, samt utviklingen i markedet. Slik kunnskap vil være viktig for styremedlemmene ved kritiske spørsmål og deltagelse i strategisk beslutningstaking. Videre vil generell og funksjonsorientert kompetanse være relevant. Denne kunnskapen er hovedsakelig viktig for rådgivningsoppgaver, og kan for eksempel være kompetanse innenfor finans, juss, regnskap, marked og lignende (74).

Huse (2004) viser til diskusjon om hvorvidt styremedlemmene bidrar til mangfold, og hvilken kompetanse de bør inneha. Kompetanse innad i styret bør bestå av at hvert enkelt medlem har stor kompetanse på sitt område, i tillegg til at styret sammen oppnår høy kompetanse ved at medlemmene kan bidra på ulike måter. En utfordring kan være at selv om styremedlemmene har god kompetanse er det ikke gitt at de vil bruke sin kompetanse i styrebeslutninger. Huse (2004) beskriver at det å inneha mye kunnskap og kompetanse, ikke er forenlig med å benytte den i styrearbeidet til virksomheten. En annen utfordring er at

styresammensetningen ofte er basert på et nokså ensformig grunnlag. Eksempelvis er det ofte menn med samme utdanning, fra samme krets, og som i tillegg resonnerer likt, som representerer styrene. Dette kan føre til at beslutninger tas innen kort tid da medlemmene gjerne har felles normer og kompetanse, mens beslutninger kan bli mer tidkrevende dersom styret har en bredere kompetanse og bakgrunn (Huse 2007b, 103).

3.2.2 Aksjeloven

I følge aksjeloven § 6-1 (1997) skal alle aksjeselskap ha et styre med ett eller flere medlemmer. Videre i aksjeloven § 6-3 fremkommer det at styrets medlemmer skal velges av en generalforsamling, som i tillegg bestemmer om det skal velges varamedlemmer. Som tidligere nevnt er flertallet av norske nettselskap registrert som aksjeselskap, og dette vil dermed være gjeldende for mange. Aksjeselskap skal i følge aksjeloven § 6-12 også sørge for at organisering av virksomheten blir gjort på en forsvarlig måte, og at styret ved behov skal fastsette selskapets planer, budsjetter og retningslinjer. Videre skal styret være oppdatert om den økonomiske situasjonen i selskapet, og påse at selve selskapet, deres regnskap og formuesforvaltning er under betryggende kontroll. I følge aksjeloven § 6-13 skal styret ha oversikt over den daglige ledelsen og selskapets virksomhet, samt fastsette instruksjoner som den daglige ledelsen skal følge. I tillegg hevder aksjeloven § 13-2 at sammenslåing av selskap er undergitt reglene om fusjon når et selskap skal overta et annet selskaps rettigheter, eiendeler og forpliktelser. Det er etter aksjeloven § 13-3 styrene i de gjeldende selskapene som utarbeider en felles fusjonsplan. Denne planen skal utarbeides etter regler i §§ 13-6 til 13-8 og må signeres av styrene.

3.2.3 Styremedlemmer

Et mye diskutert tema innen styreteori er hvor mange medlemmer et styre optimalt bør ha. Det argumenteres for at et styre med for få medlemmer ikke vil ha den kompetansen som kreves ved gjennomføring av ulike oppgaver og beslutninger. Et styre med flere medlemmer kan bidra til mer bredde i kunnskap og kompetanse, men kan også føre til at enkeltpersoner, som for eksempel styreleder eller daglig leder, tar avgjørelser uten særlig diskusjon med resten av styret. Ved et stort antall styremedlemmer kan det risikere at enkelte blir passive, mens andre får dominere (Huse 2007a, 82). I følge Huse er det fordeler ved både store og små styrer, og det hevdes at det er et positivt forhold mellom størrelsen på styret og selskapets økonomiske resultater. Huse mener i tillegg at et større styre vil kunne ivareta og

sikre ressurser i større grad enn et mindre styre. På en annen side vil et mindre styre være bedre egnet til å kontrollere ledelsen, og sikre høy avkastning (Jensen 1993, 865). Et mindre styre vil kunne være mer delaktig, og skape mer genuine interaksjoner og debatter. Mindre styrever kan i tillegg reagere hurtigere enn store styrever ved for eksempel en krisesituasjon (Huse 2007a, 83). Med andre ord er det ingen fasit på hvor mange medlemmer et styre bør ha, men i følge Huse (82) konkluderes det med at et styre ikke bør være av overdreven størrelse og at syv til åtte styremedlemmer anses som et passende antall.

Når det gjelder styremedlemmer i norske selskap er kvinner tradisjonelt lite representert. Selv om prosentandelen av kvinnelige styremedlemmer har økt de senere årene, er prosentandelen fortsatt lav og varierer mellom ulike bransjer. Det hevdes også til at kvinnelige styremedlemmer ofte blir valgt inn i styrene av de ansatte. Kvinnelige representanter i styret kan bidra til et mer mangfoldig perspektiv på selskapet og virksomheten, samt ha innvirkning på arbeidsmetodene i styret (Huse 2007b, 108). I Norge er regler om kjønnsfordeling knyttet til både offentlige og private styrever lovheimlet. Likestillings- og diskrimineringsloven § 28 (2017) hevder at et offentlig organ som skal oppnevne eller velge for eksempel et styre, skal sørge for at begge kjønn er representert. Det hevdes i aksjeloven § 20-6 at dersom et styre har to eller tre medlemmer, skal begge kjønn representeres. Videre skal det være 40% kvinnerepresentasjon hvis styret har flere enn ni medlemmer.

Forretningsadvokater og eksperter er ofte en del av styret, på grunn av at styret kan bli sett på som et organ med profesjonelle rådgivere. I tillegg bør styret inneha den faglige kompetansen som selskapet har bruk for, og som det kan være problematisk å tilegne seg på andre måter. Ekspertpersoner og advokater vil derfor komme selskapet og styret til nytte (109). Likevel består styrene i små og mellomstore bedrifter ofte av styremedlemmer med generell kompetanse, hvor de kun i begrensede perioder innhenter eksperthjelp som for eksempel jurist, revisor eller IT-tjenester. Styrene har som oftest kunnskap og kompetanse på områder som bransjekunnskap, generell ledelse, økonomistyring, finansiering, personalledelse, og markedsføring. Videre er ansatterepresentanter medlemmer som velges inn i styret av andre ansatte i selskapet, og en viktig del av styresammensetningen (110). Ansatterepresentantens viktigste oppgave er å gi styret informasjon om de ansattes synspunkter, og videreformidle synspunkter fra styret tilbake til de ansatte (Huse 2007b, 145). De skal i tillegg påse at de ansattes interesser og faglige synsvinkler blir ivaretatt av styret (147).

3.2.4 Samspill mellom styret og ledelsen

For at selskapets strategi skal kunne følges opp og utvikles på best mulig måte er samspillet mellom styret og ledelsen viktig. Styret er viktig når det kommer til styringshensyn, mens ledelsens rolle er viktig i tilfeller hvor effektive gjennomføringer skal sikres. Dermed vil strategiarbeidet mellom ledelsen og styret være preget av gjensidig kommunikasjon mellom partene, og et godt tillitsforhold. Strategiske beslutninger vil derimot være preget av usikkerhet og kontinuitet. Et relevant spørsmål er hvorvidt ledelsen styrer strategiarbeidet i selskapet eller om styret også er en aktiv part (Huse 2007b, 75). Dette er noe vi ønsker å kartlegge i vår undersøkelse, i tillegg til andre faktorer som organisering av virksomheten, risikostyring og økonomistyring. Jonnergård, Svensson og Kjärremann (2004) gjennomførte en undersøkelse hvor de kom frem til at det i hovedsak er ledelsen som styrer strategiarbeidet, men at styrene bidrar i ulike faser. Det fremkom i tillegg at involveringen mellom ledelsen og styret er mer varierende i mindre selskap enn i store selskap. For å kartlegge om dette er gjeldende for norske nettselskap, vil vi i analysen undersøke hvorvidt grad av involvering mellom styret og ledelsen har noen sammenheng med antall kunder i selskapet.

3.2.5 Styresammensetning og eierstrategier i norske nettselskap

Norske nettselskap velger gjerne styremedlemmer ut fra deres lokale tilhørighet og politiske kompetanse. Disse utvelgelsesfaktorene er fortsatt svært aktuelle, men senere har også økonomisk og finansiell kompetanse blitt viktige faktorer i utvelgelsen. Politiske valg vil medføre at representanter for eierne i styrene blir skiftet ut ved jevne mellomrom, noe som kan føre til utfordringer knyttet til endring av prioriteringer. Slike endringer kan skape uklare signaler om styresett, og det kan særlig være et problem der beslutninger tas om investeringer med lang levetid. I tillegg kan endringer i hvordan kommunestyre og fylkesting er satt sammen medføre at eierne ønsker et hyppigere behov for oppdateringer og opplæring, på bakgrunn av de utfordringene kraftbransjen vil møte fremover. For å øke eierne og styrenes kunnskap om bransjen, samt utviklingen som er forventet i tiden fremover, velger flere selskap å arrangere seminarer (Reiten et al. 2014, 23).

På oppdrag fra Energi Norge gjorde THEMA i 2013 en kartlegging av eierstyring i kraftbransjen. Her kom det frem at flere selskap ønsket ytterligere kompetanse innen strategisk tenking og økt kunnskap om rammebetingelsene rundt kraftbransjen (Reiten et al.

2014, 22). Undersøkelsen viser at eierne bidrar med kontroll av selskapet, fremfor kompetanse og nettverk (23). I undersøkelsen fremkom det også at utbyttekrav var det som ble mest benyttet i medlemsbedriftenes eierstrategier, etterfulgt av langsiktighet og regionale hensyn. Industrielle valg innen kjernevirksomhet, avkastningsmål og soliditetskrav ble også nevnt. I tillegg er lokalt eierskap, overordnet styring og kontroll av infrastruktur og kraftressurser, arbeidsplasser med høye utdanningskrav, sikker kraftforsyning, og konkurransedyktig pris på nettleie, faktorer som anses å være blant eiernes viktigste mål. Dette tyder på at eierne har mål som omhandler mer enn nettets tekniske og økonomiske funksjoner for selskapet, og slike mål er mer utbredt for nett som innehar et offentlig og lokalt eierskap. I undersøkelsen ønsker vi derfor å kartlegge hva styret mener er eiernes viktigste målsetting og formål med eierskapet.

4. Metode

Metode er en fremgangsmåte for å samle inn empiri, og for gi en beskrivelse av virkeligheten (Jacobsen 2015, 21). I dette kapitlet vil vi begrunne metodiske valg som ligger til grunn for avhandlingen, og diskutere styrker og svakheter ved avgjørelsene. De påfølgende delkapitlene tar for seg valg av forskningsdesign og -tilnærming, i tillegg til analysenivå, utvalg og populasjon, og forskningsstrategi. Videre følger en gjennomgang av prosessen for utarbeidelse og kvalitetssikring av spørreskjema, samt innsamling av data.

4.1 Forskningsdesign

Forskningsdesignet er en overordnet plan for hvordan selve forskningsprosjektet skal utføres (Johannessen et al. 2010, 73). For å velge riktig forskningsdesign er det viktig å tenke på undersøkelsens gjennomføring, og hvordan problemstillingen skal besvares. Valg av forskningsdesign vil ha stor innvirkning på undersøkelsens validitet og reliabilitet. Grunnen til dette er at det finnes ulike typer undersøkelsesopplegg, som er egnet til å undersøke og belyse forskjellige typer problemstillinger. I tillegg kan valg av design være avgjørende for hvor pålitelige undersøkelsens resultater er. Valg av design avhenger dermed av oppgavens problemstilling, og hva som er formålet med undersøkelsen (Jacobsen 2005, 87).

Hvilket forskningsdesign som er best egnet for å besvare problemstillingen avhenger av flere dimensjoner. Først og fremst er det avgjørende om undersøkelsens hensikt er å gå i bredden eller dybden av fenomenet som undersøkes. Dersom bred innsikt er ønskelig velges gjerne et ekstensivt design, som tar for seg noen få sentrale variabler og mange undersøkelsesenheter. I et slikt design er ofte hensikten å kunne si noe om hvor vanlig eller uvanlig noe er, samt generalisere resultatene fra utvalg til populasjon (Jacobsen 2015, 91). Dersom hensikten med undersøkelsen er dypere innsikt velges et intensivt design, som gir mulighet til å undersøke flere nyanser av fenomenet med færre enheter (Jacobsen 2005, 87). Et intensivt forskningsdesign søker å oppnå en detaljert forståelse av virkeligheten og hvordan ting henger sammen. På bakgrunn av problemstillingen og formålet med denne avhandlingen, vil det være mest naturlig å velge en ekstensivt design med relativt mange enheter og noen begrensede variabler. Grunnen til dette er at vi ønsker å kartlegge styrenes rolle og funksjon i den norske nettsektoren, og danne et oversiktsbilde av situasjon i bransjen. Videre vil det ekstensive designet øke muligheten for statistisk generalisering, noe som er et underliggende

mål for å kunne si noe om nettsektoren som helhet basert på et utvalg (Jacobsen 2015, 90). Til tross for at generalisering er et mål, vil det i delkapittel 4.4 om populasjon og utvalg diskuteres hvilke begrensninger oppgavens omstendigheter setter for muligheten til å generalisere.

En annen dimensjon som er avgjørende for valg av forskningsdesign er om problemstillingen er av beskrivende eller forklarende art (Jacobsen 2005, 101). Med dette menes hvorvidt hensikten med undersøkelsen er å kunne si noe om kausale årsakssammenhenger eller ikke. Som nevnt i delkapittel 1.1 er hensikten med vår problemstilling å kartlegge styrets rolle og funksjon i norske nettselskap, samt hvordan de stiller seg til kravet om selskapsmessig og funksjonelt skille. På bakgrunn av dette vil studiens design være av beskrivende karakter, med formål om å beskrive fenomenet gjennom dokumenterende forskning (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2010, 56). Med andre ord vil det ikke være et mål for avhandlingen å forklare kausale årsakssammenhenger, men heller å få et overblikk over situasjonen i nettsektoren på det aktuelle tidspunktet (67).

4.1.1 Tverrsnittsundersøkelse

Tidshorizonten i en studie kan være enten et tverrsnitt eller en longitudinell undersøkelse. En tverrsnittsundersøkelse innebærer å studere fenomenet på et bestemt tidspunkt, eller i en avgrenset, kort periode (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2010, 74). Longitudinelle undersøkelser studerer derimot flere “øyeblikk” over en lengre periode. Grunnet studiens tidsbegrensning vil tidshorizonten for denne undersøkelsen være et tverrsnitt. Vi studerer styrene i norske nettselskap på et bestemt tidspunkt, og vil innhente informasjon om variasjon i utvalget på det bestemte tidspunktet. Ved å benytte tverrsnittsundersøkelse vil det være problematisk å avdekke om fenomenet påvirkes av andre faktorer, og det vil ikke være mulig å konkludere om utvikling over tid.

4.2 Forskningstilnærming

I samfunnsvitenskapen er det et skille mellom kvantitativ og kvalitativ tilnærming. En kvantitativ tilnærming innebærer informasjon i form av tallstørrelser, og er en effektiv måte å samle inn store mengder data. Derimot vil en kvalitativ tilnærming omhandle data med mening, som fremkommer av språk og handling fra respondentene (Dey 1993, 10). I avhandlingens undersøkelse ønsker vi svar fra mange respondenter, samtidig som vi ønsker å

gjøre en overordnet kartlegging innenfor bransjen. Dermed ser vi det som mest hensiktsmessig med en kvantitativ tilnærming. Med en slik tilnærming kan innsamlede data beskrives med nøyaktig prosentandel eller antall, og i tillegg si noe om variasjoner mellom respondentene (Jacobsen 2015, 134). En kvantitativ tilnærming vil gjøre det lettere å strukturere informasjon fra undersøkelsen, og fremheve eventuelle likhetstrekk og avvik mellom nettselskapene. På en annen side finnes det også ulemper knyttet til en kvantitativ tilnærming, og den største er at det kan bli et overfladisk preg på selve undersøkelsen (135). Siden vi ønsker å nå ut til mange respondenter kan ikke undersøkelsen være for kompleks, og den vil derfor ikke avdekke individuelle variasjoner. Dette gjør at undersøkelsen ikke fanger opp dypere informasjon om hva som ligger til grunn for respondentenes svar, noe som kunne vært avdekket med en kvalitativ tilnærming.

4.3 Analysenivå

Analyseenheter betegnes som de sosiale enhetene eller elementene som studien undersøker. Det finnes flere typer analyseenheter som kan være på ulike nivåer. Analysenivået defineres ut i fra faktorer som kompleksitet, størrelse og omfang. Det skilles mellom ytterpunktene mikro- og makronivå, samt mesonivå som er en mellomting mellom de to ytterpunktene. Analyser på mikronivå er gjerne rettet mot enkeltindivider, mens makronivå tar for seg større samfunn. I vår studie undersøkes enheter på organisasjonsnivå i form av nettselskaper, som medfører at analysene vil foregå på mesonivå med moderat kompleksitet, størrelse og omfang (Grønmo 2016, 95).

4.4 Populasjon og utvalg

Et viktig valg i enhver undersøkelsesprosess er *hvem* eller *hva* problemstillingen har som hensikt å studere. Dette er undersøkelsens populasjon, og omfatter alle enhetene man ønsker å si noe om (Jacobsen 2005, 80). En fordel med kvantitative studier er at det er mulig å undersøke et stort antall enheter uten at det blir for tid- og ressurskrevende. I tillegg er det et mål at resultatene fra undersøkelsen skal være representative for hele populasjonen (276). I denne undersøkelsen er populasjonen alle nettselskaper i Norge, som har inntektsramme og konsesjon for å drifte strømmettet i et gitt område. I følge informasjon vi har mottatt fra NVE er det registrert 124 selskaper med inntektsramme for 2019. Av disse er det enkelte industriselskaper med begrensede nettanlegg som i hovedsak driver med annen virksomhet,

og derfor ikke er av interesse for avhandlingen. Dette resulterte i en populasjon på 104 nettselskap, som vist i en fullstendig oversikt i appendiks B. På grunn av at studiens populasjon er relativt liten for en kvantitativ tilnærming, og at vi har oversikt over alle enhetene som inngår, ville det vært hensiktsmessig å undersøke hele populasjonen. Dette ville vært realistisk med tanke på antall enheter, men lot seg likevel ikke gjøre på grunn av frafall. For å komme i kontakt med nettselskaperes styreledere sendte vi først en e-post til selskapene, da svært få styreledere har offentlig e-postadresse (appendiks D). Denne henvendelsen ble sendt til samtlige nettselskaper i populasjonen, hvor vi forespurte kontaktinformasjon til styreleder. Deretter sendte vi undersøkelsen til alle styrelederne vi kom i kontakt med (appendiks C og E).

Undersøkelsen ble gjennomført på et utvalg enheter, som vil si en mindre gruppe enheter fra populasjonen. For at resultatene skal kunne generaliseres til hele populasjonen må utvalget være representativt. Med dette menes at enhetene som undersøkes har relevante likhetstrekk med resten av populasjonen, slik at resultatene også er gjeldende for enheter som ikke studeres. For å oppnå dette bør utvalget være tilstrekkelig stort og trekkes tilfeldig som et sannsynlighetsutvalg (Jacobsen 2005, 80). Utvalget i vår undersøkelse er en type ikke-sannsynlighetsutvalg, da enhetene ikke er tilfeldig trukket fra populasjonen. Grunnen er at utvalget ble et resultat av hvilke nettselskaper i populasjonen vi lyktes med å komme i kontakt med, og hvem som valgte å svare på undersøkelsen. Studien har dermed et bruttoutvalg på 88 selskaper som undersøkelsen ble sendt til, og et nettoutvalg på 64 selskaper som besvarte undersøkelsen. Med andre ord er det 16 selskaper i populasjonen som ikke er inkludert i utvalget da vi ikke oppnådde kontakt med styret, og 24 selskaper i bruttoutvalget som ikke besvarte undersøkelsen. Det er en fare for at det er likheter mellom nettselskapene som valgte å ikke svare på undersøkelsen, eller selskapene hvor vi ikke kom i kontakt med styret. Det kan blant annet være nettselskap fra enkelte deler av landet, eller selskap med en bestemt størrelse eller type ledelse som ikke inngår i utvalget. Med en slik utvalgsprosedyre er det stor risiko for at utvalget er systematisk skjevt, og dermed ikke representativt for hele populasjonen. På grunn av undersøkelsens anonymitet kan vi heller ikke fastslå i hvilken grad det er skjevheter i utvalget, og vi har derfor begrenset mulighet til å generalisere resultatene til alle nettselskaper i Norge (Jacobsen 2015, 302). På en annen side kan undersøkelsen likevel gi interessante funn, da hensikten med oppgaven er å kartlegge informasjon om nettselskaperes styre. Resultatene som fremkommer vil kunne

bidra til ny innsikt som er gjeldende for deler av nettsektoren, og som kan danne grunnlag for videre undersøkelser.

4.5 Spørreundersøkelse

Ved kvantitative studier er hensikten å innhente systematiserte data basert på forhåndsdefinerte kategorier. En slik metode gir standardisert informasjon, med gode muligheter for statistisk analyse. For å svare på problemstillingen har vi benyttet spørreundersøkelse som forskningsstrategi, som er den mest utbredte innsamlingsmetoden innenfor kvantitativ forskning (Jacobsen 2015, 251). Spørreundersøkelse er et effektivt innsamlingsverktøy, som egner seg godt når formålet med undersøkelsen er å beskrive omfang og hyppighet. En svakhet ved å benytte spørreundersøkelse som forskningsstrategi er at respondentene kan påvirkes av spørsmålene og de forhåndsdefinerte svaralternativene. Dersom det for eksempel stilles ledende spørsmål, eller respondentene ikke kjenner seg igjen i alternativene, kan resultatene gi et feil bilde av respondentenes mening. En annen svakhet ved spørreundersøkelser er at de gir lite informasjon om hver enkelt enhet, og sier ingenting om hva som ligger bak informasjonen fra respondentene (136).

4.5.1 Utarbeidelse av spørreskjema

Ved bruk av spørreundersøkelse som innsamlingsmetode kreves grundig forarbeid og god planlegging. Grunnen er at det som regel ikke er mulig å endre spørreskjemaet og innholdet i undersøkelsen etter den er sendt ut (Johannesen, Tufte og Christoffersen 2010, 262). Det er spesielt tre sentrale forhold som er viktig å legge vekt på i planleggingsfasen. For det første må variablene som skal måles i undersøkelsen operasjonaliseres, som betyr å gjøre et abstrakt begrep målbart gjennom konkrete spørsmål og svaralternativer (Jacobsen 2015, 253). For det andre er det viktig å være nøyaktig i arbeidet med å formulere spørsmålene, slik at de ikke legger føringer for resultatene. Det tredje sentrale elementet er å avgjøre hvordan selve undersøkelsen skal gjennomføres, og hvordan respondentene skal motta og svare på spørreskjemaet (252). I de påfølgende delkapitlene vil blant annet disse tre forholdene gjennomgås med utgangspunkt i vår undersøkelse.

På bakgrunn av problemstillingen og de underliggende spørsmålene vi ønsker å besvare i avhandlingen, er spørreundersøkelsen delt i seks hoveddeler:

-
- Bakgrunnsinformasjon
 - Informasjon om selskapet
 - Informasjon om styret
 - Eierinteresser og involvering
 - Energiloven
 - Endring av energiloven knyttet til selskapsmessig og funksjonelt skille

4.5.2 Spørsmål

For å kunne svare på problemstillingen er utarbeidelse av spørsmål en viktig prosess. Spørsmålene må formuleres slik at de svarer på problemstillingen og belyser hensikten med forskningen (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2010, 260). Hensikten med spørsmålene vil først og fremst være å kartlegge styrenes rolle og funksjon, samt deres syn på kravet om selskapsmessig og funksjonelt skille. For å kartlegge dette er det viktig å utarbeide konkrete spørsmål slik at respondentene lett kan forstå spørsmålet og at alle oppfatter spørsmålene på samme måte. For å utarbeide spørsmål til undersøkelsen har vi innhentet informasjon om aktuelle temaer, og fått innspill fra NVE om interessante spørsmål. Videre ble spørsmålene utformet på bakgrunn av avhandlingens formål, for å kunne gi svar på problemstillingen. Måten spørsmålet stilles på avhenger av hva som er ønsket å måle (Jacobsen 2015, 266). Vi ønsker blant annet å måle faktiske forhold, som for eksempel hvilken rolle og hvor mange år vedkommende har i styret. Videre undersøkes faktiske forhold med spørsmål relatert til hvor mange medlemmer det er i styret, hvor mange kunder nettvirksomheten har, og om de har innført selskapsmessig og funksjonelt skille. Spørsmål om respondentenes vurdering benyttes blant annet i spørsmål som omhandler beslutninger, eierinteresser og involvering. Undersøkelsen har i tillegg spørsmål som innebærer egenvurdering, som for eksempel hvilken kompetanse styremedlemmet kan bidra med i styrearbeidet (267).

Det finnes ulike grader av strukturering når det gjelder utforming av spørreundersøkelsen. Ved høy grad av struktur vil det være oppgitte svaralternativer på samtlige spørsmål slik at respondenten ikke kan svare fritt. En slik struktur kalles gjerne en prekodet eller prestrukturert undersøkelse. Hvis det derimot er ønskelig med en mindre strukturert undersøkelse er det mulig å ha åpne spørsmål slik at respondenten kan svare fritt. En annen mulighet er å kombinere de to ovennevnte typene, i en semistrukturert spørreundersøkelse. Vår undersøkelse er preget av oppgitte svaralternativer med liten eller ingen frihet til å utdype sin mening. På enkelte spørsmål har vi svaralternativer som innebærer at kandidaten

kan spesifisere det valgte alternativet, men undersøkelsen vil likevel falle under en prestrukturert undersøkelse. En slik struktur vil gjøre det enkelt for respondentene ved at de krysser av på det aktuelle alternativet. Det vil i tillegg være enklere å registrere dataene, samt benytte ulike digitale verktøy for koding og analyse. Med en prestrukturert undersøkelse har man derimot ikke mulighet til å innhente informasjon utover forhåndsbestemte spørsmål og svaralternativer, slik som ved bruk av åpne spørsmål (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2010, 261). Likevel ønsker vi først og fremst å undersøke statistiske sammenhenger og analyser av datamaterialet, noe som gjør at prestrukturerte spørsmål og svar vil være mest hensiktsmessig for undersøkelsen.

4.5.3 Svaralternativer

Det finnes ulike typer svaralternativer som gjerne er delt inn i flere målenivåer. Målenivået er blant annet med på å indikere hvilke statistiske analyser som er hensiktsmessig å gjennomføre. Det laveste målenivået kalles *nominal* da det kun kategoriserer enhetene, og ikke har noen logisk rangering. Nominale verdier må i tillegg være gjensidig utelukkende. Et eksempel fra undersøkelsen er om nettselskapet er en del av et konsern eller ikke. Det neste målenivået kalles *ordinal*, hvor verdiene er gjensidig utelukkende, men samtidig kan rangeres i en bestemt rekkefølge (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2010, 253). Svaralternativene kan uttrykke grader av noe, for eksempel i hvilken grad respondentene mener styret ivaretar eiernes interesser. Videre omtales *forholdstall* som målenivået av høyest grad, da dette nivået genererer mest informasjon (Jacobsen 2015, 257). I tillegg til gruppering og rangering av enhetene, vil forholdstall rangere svarene nøyaktig. I undersøkelsen ønsker vi blant annet å kartlegge hvor mange år vedkommende har vært medlem i styret, og bruker derfor naturlige forholdstall med et nullpunkt for å gruppere enhetene.

Utforming av en skala er en vesentlig del ved utarbeidelse av svaralternativer i undersøkelsen. En fordel ved å benytte skalaer som inneholder flere ulike verdier, er at respondenten har mulighet til å velge det alternativet som er mest passende for deres oppfattelse (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2010, 271). For best mulige forutsetninger for en god og avansert analyse vil en skala med minst fem verdier være anbefalt. Hvis en skala har for få verdier vil den avdekke lite og unyansert variasjon. Med fem verdier vil også muligheten for en nøytral kategori være tilstede. Selv om det kan være interessant å kartlegge om respondenten stiller seg nøytral til spørsmålet kan det samtidig være en

svakhet. Det kan tenkes at respondenten velger det nøytrale alternativet for å unngå å ta stilling til spørsmålet. Likevel viser forskning til gode erfaringer med denne typen nøytral verdi (272). I store deler av undersøkelsen har vi benyttet en likert skala med følgende svaralternativer:

- Ikke i noen grad
- I liten grad
- Verken eller
- I noen grad
- I stor grad
- Vet ikke / Ønsker ikke å svare

Alternativet “Vet ikke / Ønsker ikke å svare” ble inkludert slik at respondentene ikke ble tvunget til å svare dersom de mot formodning ikke ønsket å svare, eller manglet kunnskap om emnet. Hvis en slik verdi ikke inkluderes kan det medføre at respondenten velger et annet oppgitt alternativ som ikke gjenspeiler deres mening (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2010, 271). Det kan igjen føre til en mulig feilkilde i dataanalysen. I verste fall kan respondenten bli misfornøyd, og dermed velge å avslutte undersøkelsen, noe som kan være svært kritisk for responsraten. I tillegg forhørte vi oss med referansegruppen, som var enig i at “Vet ikke / Ønsker ikke å svare” skulle inkluderes slik at respondentene ikke ble tvunget til å velge et alternativ.

4.5.4 Anonymitet

Som forarbeid til undersøkelsen stod spørsmålet om anonymitet sentralt. Selv om undersøkelsen ikke omfatter respondentenes personopplysninger, kan noe av innholdet i spørsmålene oppleves som sensitiv informasjon for selskapet. Det stilles blant annet spørsmål som er nært knyttet til lovverket for regulering av nettselskaper, og det kan tenkes at enkelte ville opplevd det som ubehagelig å svare på slike spørsmål uten anonymitet. Det ble dermed ansett som en risiko for lav responsrate dersom respondentene kunne identifiseres. I følge Jacobsen (2015, 50) bør diskresjon i undersøkelsen alltid være et mål, enten i form av konfidensialitet eller anonymitet. På bakgrunn av dette, og etter diskusjon med veiledere og referansegruppe, ble det derfor besluttet at undersøkelsen skulle gjennomføres anonymt. Dette medførte at innsamlede data ikke kunne spores tilbake til respondentene, og spørsmål om blant annet antall kunder hadde svaralternativer oppgitt i

intervaller. Det er likevel verdt å nevne at det er noen ulemper ved en anonym undersøkelse. Først og fremst foreligger det ingen informasjon om hvem som har svart på undersøkelsen. Det betyr at en eventuell påminnelse om å svare på undersøkelsen må sendes til alle utvalgsenheter (Jacobsen 2005, 298). Det kan tenkes at dette vil kunne føre til misnøye blant de som allerede har svart på undersøkelsen, samtidig som det er mer tidkrevende for forskeren. Anonymitet setter i tillegg noen begrensninger for dataanalysen, da det ikke er mulig å uttale seg om hvem som har avgitt de ulike svarene. Det ble likevel vurdert som mest hensiktsmessig med en anonym undersøkelse i dette tilfellet, for å få ærlige svar av så mange nettselskap som mulig.

4.5.5 Kvalitetssikring av spørreskjemaet

Som nevnt innledningsvis om utarbeidelse av spørreskjema er operasjonalisering av begreper et viktig steg i planleggingsprosessen. Det er spesielt viktig å operasjonalisere abstrakte, flerdimensjonale begreper, som for eksempel “motivasjon”, som i utgangspunktet er utfordrende å måle. Mindre abstrakte begreper, som for eksempel “kunder” eller “ansatte”, er enklere å måle og krever derfor mindre operasjonalisering (Jacobsen 2015, 253). For å operasjonalisere begreper er det en fordel å benytte tidligere forskning for å undersøke hvordan andre har målt begrepet. Grunnen til det er at spørsmål som har blitt brukt i andre undersøkelser allerede er testet og validert, slik at de faktisk måler det ønskede begrepet (255).

Studien i avhandlingen er som tidligere nevnt en kartleggingsundersøkelse av styrene i norske nettselskap. Spørsmålene omfatter relativt håndfaste begreper som for eksempel kunder og styremedlemmer, samt selskapsmessig og funksjonelt skille. På bakgrunn av dette vil ikke operasjonaliseringen være like krevende som for mer abstrakte begreper, men det er likevel nødvendig å forsikre seg om at spørsmålene måler det de har som hensikt å måle. Da vår undersøkelse retter seg spesifikt mot styrene i nettsektoren er det lite tilgjengelig forskning som kan benyttes i operasjonaliseringen. For å kvalitetssikre spørsmålene i undersøkelsen ble det derfor oppnevnt en referansegruppe, bestående av personer i Elbenchprosjektet med ekspertise innenfor nettsektoren. Referansegruppen ble benyttet for å kvalitetssikre undersøkelsen, gjennom diskusjon av begreper, spørsmål og svaralternativer underveis i prosessen (Jacobsen 2005, 55).

I september deltok vi på et seminar sammen med referansegruppen, i regi av Elbench-prosjektet. Her presenterte vi blant annet problemstillingen og formålet med avhandlingen. I tillegg ble spørreskjemaet gjennomgått i detalj, med innspill og tilbakemeldinger på spørsmål og svaralternativer. På denne måten ble irrelevante spørsmål fjernet, samtidig som uklare spørsmål ble omformulert og forbedret. Referansegruppen fikk tilsendt spørreskjemaet på forhånd og hadde muligheten til å teste den nettbaserte undersøkelsen, slik at de var godt forberedt. I etterkant av seminaret ble det reviderte spørreskjemaet sendt til referansegruppen for ytterligere kommentarer. For å teste undersøkelsen ble den i tillegg sendt til utenforstående personer for å forsikre at spørsmålene var klare og forståelige. Dette gav en indikasjon på tidsbruk, og at den nettbaserte undersøkelsen fungerte optimalt. Det endelige spørreskjemaet som ble benyttet i undersøkelsen kan sees i appendiks C.

4.6 Datainnsamling

For å samle inn data har vi benyttet Qualtrics, som er et nettbasert verktøy for spørreundersøkelser. I tillegg til selve utarbeidelsen ble Qualtrics benyttet for å distribuere undersøkelsen og registrere svar fra respondentene. I spørreundersøkelsen ønsker vi høy grad av anonymitet, og valgte derfor å sende utvalgsenheterne en anonym lenke til undersøkelsen. Det vil si at vi ikke kan spore de innsamlede dataene tilbake til respondentene, og kan dermed sikre anonymitet for deltakerne av undersøkelsen. Spørreundersøkelsen ble sendt ut fortløpende etterhvert som vi innhentet e-postadresser til styrelederne. Vi aktiverte spørreundersøkelsen 8. oktober, og sendte den deretter ut fortløpende i en periode på omtrent to uker. Undersøkelsen ble deretter stengt 5. november, slik at de siste respondentene fikk tid til å svare. For å oppnå høyere responsrate sendte vi en påminnelse underveis, omtrent én uke etter at undersøkelsen først ble sendt ut. I følge Jacobsen (2005, 298) vil dette kunne øke responsen med 3-10%, avhengig av type undersøkelse. Vi så en tydelig økning i antall svar etter å ha sendt ut en påminnelse, og responsen var størst i dagene etter undersøkelsen eller påminnelsen ble sendt ut. Som tidligere nevnt medførte undersøkelsens anonymitet at vi sendte en påminnelse til samtlige utvalgsenheter. Med en slik prosedyre øker risikoen for at enkelte respondenter kan ha svart på undersøkelsen mer enn én gang, noe som kan ha en negativ effekt på undersøkelsens pålitelighet og troverdighet.

5. Vurdering av datamaterialets kvalitet

For å kunne uttale seg om undersøkelsens resultater er det viktig å vurdere datamaterialets kvalitet. En god undersøkelse bør inneha høy grad av både reliabilitet og validitet, som er de to mest sentrale kriteriene for datakvalitet (Grønmo 2016, 237). Reliabilitet handler om undersøkelsens pålitelighet, og om man får de samme resultatene dersom undersøkelsen gjennomføres på nytt. Med validitet menes undersøkelsens gyldighet, og hvorvidt den måler det problemstillingen har som hensikt å måle (241). Frafall i undersøkelsen er også relevant for å si noe om hvor gode dataene er. Her er det ikke nødvendigvis antallet som er det viktigste, men *hvem* som faller fra og hvorvidt det er systematiske likheter mellom disse (Jacobsen 2015, 310). For å vurdere datamaterialets kvalitet vil undersøkelsens reliabilitet og validitet, i tillegg til svarprosent og frafall, diskuteres i de neste delkapitlene.

5.1 Reliabilitet

Valg av forskningsopplegg en avgjørende faktor for å kunne stole på resultatene fra en undersøkelse er (Jacobsen 2005, 87). Resultatene kan ha metodiske forklaringer som betyr at undersøkelsens funn kan være et resultat av selve undersøkelsesopplegget heller enn respondentenes mening (Jacobsen 2015, 377). Det er derfor vesentlig at opplegget som velges egner seg til å besvare problemstillingen, samtidig som det er viktig å være bevisst på mulige svakheter som kan ha innvirkning på studiens reliabilitet. Ved bruk av spørreundersøkelse som forskningsstrategi kan det blant annet oppstå flere feilkilder knyttet til utforming av spørsmål. Eksempler på dette kan være spørsmål som er ledende, uklare eller er satt sammen av mer enn ett spørsmål. For å hindre at dette svekker undersøkelsens reliabilitet har vi blant annet formulert spørsmålene slik at de ikke er positivt eller negativt ladet, og delt opp spørsmålene slik at de ikke inneholder mer enn ett spørsmål. For å unngå uklare spørsmål har vi definert viktige begreper underveis i undersøkelsen, samt testet undersøkelsen på ulike personer før utsendelse. I tillegg har vi diskutert spørsmålene med referansegruppen underveis, for å heve nivået på spørsmålene og dermed øke undersøkelsens reliabilitet. På en annen side er det utfordrende å teste hvilken effekt spørsmålsformuleringen har på respondentenes svar, og vi kan dermed ikke vite med sikkerhet at resultatene ikke er påvirket av måten spørsmålene er formulert på (378). Når det gjelder koding og registrering av datamaterialet kan det oppstå feilkilder dersom dette arbeidet gjøres manuelt. Ved en nettbasert spørreundersøkelse derimot registreres dataene automatisk og kan overføres

direkte til et analyseverktøy (382). Med andre ord er det ikke en utfordring for vår undersøkelse, og reliabiliteten knyttet til registrering av data kan anses som tilfredsstillende.

Et annet element ved spørreundersøkelser som kan svekke dataenes reliabilitet er knyttet til respondentene. Et spørreskjema er lite personlig, noe som gjør at respondentene ikke behøver å stå inne for svarene sine. Respondentenes svar kan dermed være svært forskjellig fra deres faktiske mening, uten at dette oppdages (Jacobsen 2015, 379). For å unngå at respondentene tvinges til å svare på noe de ikke ønsker eller ikke har en mening om har vi som tidligere nevnt inkludert et alternativ for “Vet ikke / Ønsker ikke å svare”. I tillegg bruker vi en 5-punkts skala med et midtpunkt slik at respondentene har mulighet til å svare nøytralt. Dette kan bidra til å redusere avvik mellom respondentenes svar og faktiske mening. Videre kan en feilkilde knyttet til respondentenes svar være at de krysser av på skjemaet uten å reflektere over spørsmålene. Dette er særlig et stort problem dersom respondentene ikke har direkte kjennskap til temaet som undersøkes (380). I denne avhandlingen ble undersøkelsen stort sett sendt til styreleder i nettselskapene som sannsynligvis har god kjennskap til emnet, og faren for ureflekterte svar vil derfor reduseres. Likevel vil undersøkelsen kunne bære preg av noe ureflekterte svar på grunn av typen spørsmål som stilles. Konkrete spørsmål gir gjerne mindre feil enn spørsmål hvor respondenten må gjøre vurderinger (381). Vår undersøkelse inneholder spørsmål hvor respondentene bes vurdere i hvilken grad de mener noe, og det er derfor en risiko for at resultatene inneholder tilfeldige svar som kan redusere studiens pålitelighet.

Med en anonym spørreundersøkelse er en trussel mot undersøkelsens reliabilitet at man ikke vet hvem som faktisk svarer på undersøkelsen (Jacobsen 2015, 382). I tillegg er det en svakhet i vår undersøkelse at enkelte kan ha svart flere ganger, da påminnelsen ble sendt til samtlige respondenter. For å kontrollere de ovennevnte mulige feilkildene kan en re-test benyttes, hvor undersøkelsen sendes på nytt til en liten del av utvalget (381). Dette vil være utfordrende å gjennomføre i en fullstendig anonym undersøkelse slik som denne, da det kan føre til at enkelte respondenter som gjennomfører re-testen ikke har gjennomført den opprinnelige undersøkelsen. På bakgrunn av dette ble det ikke gjennomført noen re-test av vår undersøkelse, noe som kan svekke datamaterialets reliabilitet.

5.2 Validitet

I likhet med reliabilitet avhenger resultatenes gyldighet av hvorvidt undersøkelsesopplegget som velges egner seg for å besvare problemstillingen (Jacobsen 2005, 87). Grunnen til dette er at ulike undersøkelsesopplegg er egnet for å studere ulike typer problemstillinger, og et upassende valg vil dermed kunne føre til at undersøkelsen ikke måler det den har som hensikt å måle (Grønmo 2016, 241). Undersøkelsens validitet er mer omfattende enn reliabilitet fordi den tar for seg flere sider av innsamlingsprosessen og datamaterialet (251). Validitet kan i hovedsak deles inn i intern og ekstern validitet. I kvantitative studier skiller vi mellom intern validitet i form av begrepsmessig validitet og kausal validitet. Kausal validitet går ut på om samvariasjoner kan tolkes som årsakssammenhenger, og er derfor ikke relevant for vår avhandling (Jacobsen 2015, 351). Derimot er begrepsmessig validitet og ekstern validitet svært aktuelt for å kunne si noe om gyldigheten i denne studien, og vil bli diskutert i de påfølgende delkapitlene.

5.2.1 Begrepsmessig validitet

Begrepsmessig validitet dreier seg om hvorvidt det er samsvar mellom fenomenet som undersøkes, og selve målingen og operasjonaliseringen av fenomenet (Johannesen, Tufte og Christoffersen 2010, 71). I vår undersøkelse innebærer dette om spørsmålene i undersøkelsen faktisk måler det problemstillingen ønsker å undersøke. Det kan være vanskelig å måle teoretiske begreper gjennom konkrete spørsmål, og det må derfor etableres spørsmål som kan gi en indikasjon om det ønskede begrepet (Jacobsen 2015, 351). For å sikre at de operasjonaliserte begrepene og spørsmålene er gode indikasjoner på fenomenet, bør kritiske vurderinger gjøres kontinuerlig gjennom prosessen (352). For å kvalitetssikre de operasjonaliserte begrepene benyttet vi som tidligere nevnt en referansegruppe med god kunnskap om nettsektoren. Referansegruppen bestod både av personer fra NVE og enkelte nettselskap, i tillegg til forskere fra blant annet SNF. Dersom flere personer, gjerne med ulik kompetanse og bakgrunn, er enige om at spørsmålene er fornuftige, kan det med større sannsynlighet antas at den begrepsmessige validiteten er god (354).

Et annet tiltak som er gjort for å styrke den begrepsmessige validiteten i undersøkelsen er å stille flere spørsmål som omfatter samme begrep. Det spørres blant annet om hvordan arbeidsfordelingen er mellom styret og ledelsen knyttet til utarbeidelse av planer og budsjetter, organisering av virksomheten, samt risiko- og økonomistyring. Ved å dele opp

begrepet i flere spørsmål vil det kunne måles mer nøyaktig enn om det kun hadde blitt stilt ett generelt spørsmål om arbeidsfordelingen i selskapet (Jacobsen 2015, 353). På bakgrunn av arbeidet som er gjort for å kvalitetssikre spørsmålene kan det tenkes at undersøkelsens begrepsmessige gyldighet er tilfredsstillende, sett ut i fra omstendighetene med begrensinger i tid og lite tilgjengelig forskning.

5.2.2 Ekstern validitet

I kvantitative studier omhandler ekstern validitet i hvilken grad resultatene fra et utvalg kan generaliseres til hele populasjonen, også kalt statistisk generalisering. For å muliggjøre statistisk generalisering må utvalget være et tilfeldig trukket sannsynlighetsutvalg, for å redusere risikoen for at det er systematiske skjevheter i utvalget (Jacobsen 2015, 363). Likevel vil generaliseringens gyldighet kun gjelde for et begrenset område, både i tid og omfang. Dermed kan man ikke påstå at resultatene kan overføres til andre kontekster enn selve populasjonen, eller andre tidsrom enn det undersøkelsen er gjennomført i (376). Utvalget i undersøkelsen er som nevnt et ikke-sannsynlighetsutvalg, noe som gjør at muligheten til statistisk generalisering er begrenset. I tillegg gjør anonymitet at vi ikke vet hvem som har svart på undersøkelsen, og det foreligger dermed ingen informasjon om hvorvidt utvalget er skjevt. Det er mulig å kategorisere respondentene basert på antall kunder, men dette gir likevel lite informasjon som ikke er tilstrekkelig for å avdekke andre skjevheter (365). Det må derfor medregnes en risiko for at enkelte grupper ikke representeres i resultatene, og muligheten for generalisering til hele populasjonen er dermed noe begrenset (363). På grunn av at undersøkelsen retter seg mot den norske nettsektoren, som er en begrenset nasjonal kontekst med spesielle betingelser, vil resultatene i tillegg ha begrenset overføringsverdi til andre deler av verden (Johannesen, Tufte og Christoffersen 2010, 357).

5.3 Svarprosent og frafall

Som nevnt innledningsvis i kapittel 5 er svarprosent og frafall noe som bør tas hensyn til ved vurdering av datamaterialets kvalitet. I følge Jacobsen (2015, 310) bør svarprosenten til en undersøkelse være av en viss størrelse. Som et utgangspunkt kan en svarprosent sies å være tilfredsstillende dersom den er over 50% av nettoutvalget, god hvis den er over 60%, og meget god hvis den er høyere enn 70%. I vår undersøkelse ble det som vist i tabell 5.1 oppnådd en svarprosent på omtrent 73%, og undersøkelsens respons vurderes dermed som

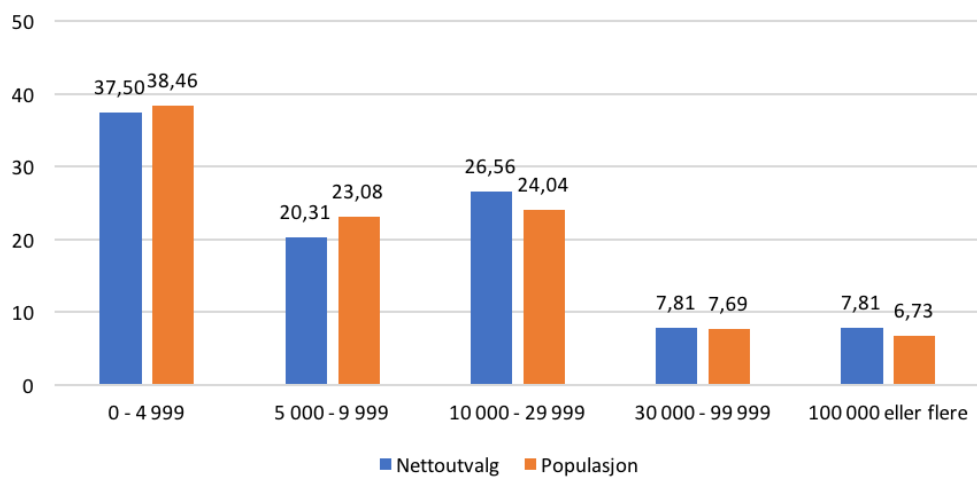
svært god. På en annen side er det ikke tilstrekkelig å vurdere svarprosent alene, da årsak til frafall er viktigere enn selve antallet. Det er nødvendig å være bevisst på at det kan være skjevheter i utvalget, og at resultatene dermed kan være mindre representative (310).

Det kan forekomme frafall i flere deler av undersøkelsesprosessen, noe denne undersøkelsen også bærer preg av. Først og fremst kan det være avvik mellom den teoretiske populasjonen det ønskes å si noe om, og den faktiske populasjonen det er mulig å uttale seg om (291). I dette tilfellet har vi en fullstendig liste over alle nettselskap i Norge, og et slikt avvik vil derfor ikke være et problem. Andre typer frafall som derimot er et større problem i undersøkelsen er frafall fra populasjon til utvalg, og ikke-svar blant utvalget. Som tidligere nevnt er en stor svakhet ved utvalget i undersøkelsen at det ble et resultat av hvilke selskaper vi klarte å komme i kontakt med. Det er dermed en risiko for at det allerede her oppsto skjevheter i utvalget (Jacobsen 2015, 298). Videre bærer undersøkelsen preg av frafall i form av at deler av utvalget ikke besvarte spørreskjemaet, som medførte en svarprosent på under 100%. Grunner til dette kan være at e-posten med lenke til spørreskjemaet ikke kom frem, eller at noen ikke hadde tid eller motivasjon til å delta på undersøkelsen (307).

Det ble gjort tiltak for å redusere frafallet ved at vi sendte en påminnelse om undersøkelsen i etterkant, i tillegg til at undersøkelsen var fullstendig anonym (309). Til tross for dette var det likevel noen utvalgsenheter som ikke gjennomførte undersøkelsen. Generelt kan det sees at svarresponsen på spørreundersøkelser har vært synkende de siste årene, og vi vil derfor si oss svært fornøyd med en svarprosent på 73% (Johannesen 2010, 245). På grunn av at vi har informasjon om hele populasjonen kan vi likevel undersøke utvalgets representativitet med tanke på antall kunder. En fullstendig oversikt over selskapene i populasjonen i appendiks B viser hvor mange kunder nettselskapene hadde i 2017, og hvilken størrelsesgruppe de faller innenfor. Ved sammenligning av prosentvis gruppefordeling fra populasjonen med nettutvalget fra undersøkelsen, ser vi i figur 5.1 at fordelingen av antall kunder i utvalget er svært representativ for populasjonen. På en annen side kan vi ikke uttale oss om potensielle skjevheter på andre områder enn antall kunder, og det må derfor anses som en svakhet ved undersøkelsen.

Populasjon	Bruttoutvalg	Bruttoutvalg i % av populasjon	Nettutvalg	Nettutvalg i % av bruttutvalg	Nettutvalg i % av populasjon
104	88	84,62%	64	72,73% (svarprosent)	61,54%

Tabell 5.1: Utvalg- og svarstatistikk



Figur 5.1: Prosentvis fordeling av antall kunder i nettutvalg og populasjon

6. Analyse av data

I analysekapittelet vil resultatene fra undersøkelsen presenteres og gjennomgås. Innledningsvis beskrives det hvordan datamaterialet ble behandlet og klargjort for analyser i etterkant av undersøkelsen. Videre følger en gjennomgang av deskriptiv statistikk fra de ulike spørsmålene i undersøkelsen, i tillegg til noen utdypende analyser av sammenhenger som ble avdekket underveis i prosessen. Samtlige spørsmål ble blant annet undersøkt i sammenheng med antall kunder i selskapene, men resultatene er kun inkludert i teksten der det ble funnet interessante sammenhenger. Resultater fra de deskriptive og statistiske analysene kan sees i sin helhet i appendiks I, K og N. Som tidligere nevnt benyttes antall kunder som et mål på selskapets størrelse, hvor de to kategoriene 30 000 - 99 999 kunder og 100 000 kunder eller flere omtales som store selskap i analysen. Videre benyttes små selskap om kategorien 0 - 4 999 kunder, og kategoriene 5 000 - 9 999 kunder og 10 000 - 29 999 kunder omtales som mellomstore selskap.

6.1 Behandling av datasettet

Undersøkelsen ble som nevnt avsluttet 5. november, fire uker etter at den ble sendt ut til de første selskapene. For å klargjøre datamaterialet for analyser ble respondentenes svar eksportert fra Qualtrics til en filtype som er tilpasset SPSS. Deretter ble det komplette datasettet importert til analyseverktøyet SPSS. Før analysene ble gjennomført valgte vi å fjerne ufullstendige svar, for å unngå at disse skulle svekke datamaterialets representativitet ytterligere (Ringdal 2018, 280). Datasettet inneholdt fire ufullstendige skjemaer som ble fjernet, da disse bar preg av svært få eller ingen besvarte spørsmål. Disse ble dermed ikke inkludert i nettoutvalget for analysen. Et annet skjema var 79% fullført, og ble beholdt i datasettet da det inneholdt relativt mye informasjon. Det ble vurdert som positivt at respondenten har fullført fire av seks deler i spørreundersøkelsen, og dermed ikke avsluttet midt i en del.

For å forenkle analysearbeidet ble svaralternativene fra spørreskjemaet kodet om til numeriske verdier i forkant. Ved eksportering av data fra Qualtrics til SPSS blir de fleste svaralternativene automatisk omkodet, som for eksempel "Hvor mange kunder har nettvirksomheten?", der 1 = "0 - 4 999", 2 = "5 000 - 9 999", 3 = "10 000 - 29 999", 4 = "30 000 - 99 999", 5 = "Over 100 000" og 6 = "Vet ikke / Ønsker ikke å svare". Likevel

var det nødvendig å kode om svarene fra spørsmål med mulighet for å velge flere alternativer. I slike spørsmål blir hvert svaralternativ organisert som en egen nominal variabel, hvor verdien 1 betyr at respondenten har krysset av mens manglende kryss registreres som “missing value”. Vi valgte å gi manglende kryss på et slikt alternativ verdien 0, slik at disse ikke registreres som frafall for spørsmålet. Spørsmålene dette gjelder er spørsmål 3 og 21, om henholdsvis hvilken annen virksomhet selskapet driver med og hva som er grunnen til at respondenten ble valgt inn i styret.

Videre ble svaralternativet “Vet ikke / Ønsker ikke å svare” kodet om til manglende verdier for enkelte variabler. Det er i følge Ringdal (2018, 280) vanlig praksis at “vet ikke”-svar behandles som manglende verdier i datasettet. Grunnen til at dette ble gjort er at en del variabler har ordinalt målenivå eller er forholdstall, hvor vi er interessert i gjennomsnitt for dataene. Opprinnelig har alternativet “Vet ikke / Ønsker ikke å svare” verdien 6 på skalaen som går fra 1 til 6. På spørsmål hvor for eksempel 1 = “Ikke i noen grad” og 5 = “I stor grad” ønsker vi at gjennomsnittet skal gjenspeile respondentenes vurdering, uten innvirkning fra 6 = “Vet ikke / Ønsker ikke å svare”. For variabler med nominalt målenivå ble verdien beholdt i sin opprinnelige form, da den deskriptive statistikken for slike variabler kun innebærer frekvens. En oversikt over datamaterialet fra undersøkelsen kan sees i appendiks F.

6.2 Valg av statistisk analysemetode

For å avdekke sammenhenger mellom to variabler med nominalt målenivå benyttes krysstabeller med signifikanstesten Fisher’s Exact Test. Grunnen til dette er at krysstabellene har mindre enn fem “expected counts” i enkelte ruter, som følge av et relativt lite utvalg. Vi kan dermed ikke benytte kjiqvadrattesten Pearson Chi-Square som forutsetter at det er minst fem “expected counts” i hver rute, og ser derfor heller på den eksakte testen av Ronald Fisher. Denne egner seg best for 2x2 tabeller, men fungerer også på større tabeller så lenge tabellen ikke blir for omfattende (Field 2009, 690). Fisher’s Exact Test viser om det er en signifikant sammenheng mellom variablene eller ikke, gjennom en p-verdi. I denne avhandlingen er den kritiske grensen for signifikansnivået satt til 0,050 for samtlige analyser, som vil si at sammenhengen anses som signifikant dersom p-verdien er lavere enn 0,050.

Videre benyttes koeffisienten Cramer’s V for å undersøke styrken på sammenhengen som avdekkes av signifikanstesten. Cramer’s V har lignende egenskaper som en

korrelasjonskoeffisient, og er egnet for sammenhenger mellom to nominale variabler med fler enn to kategorier. Cramer's V har en verdi mellom 0 og 1, hvor 1 indikerer en perfekt sammenheng og 0 antyder at det ikke er noen sammenheng mellom variablene (Field 2009, 698). I denne avhandlingen er verdier mellom 0,100 og 0,300 ansett som en svak effekt, mellom 0,300 og 0,500 som en moderat effekt, og over 0,500 som en sterk effekt på sammenhengen. Dersom verdien for Cramer's V er lavere enn 0,100 er det ikke ansett å være noen sammenheng mellom variablene. Ved flere tilfeller er det ønskelig å sammenligne en nominal variabel med den ordinale variabelen "antall kunder", og Cramer's V blir derfor benyttet fordi ikke begge variablene har ordinale målenivå. Dette medfører at eventuelle sammenhenger som avdekkes ikke gir antydning til på hvilken måte det er en sammenheng mellom variablene, slik som ved for eksempel korrelasjon. Derfor er det i tillegg benyttet figurer som viser sammenhengen mellom variablene mer tydelig.

Ved analyse av sammenhenger mellom to variabler som har minimum ordinale målenivå er mulighetene større for å kunne uttale seg om positive eller negative sammenhenger. For å undersøke sammenhenger mellom to ordinale variabler er det derfor benyttet en korrelasjonstest, sammen med bivariate krysstabeller. Korrelasjonsmålet Goodman og Kruskal's gamma benyttes til å undersøke om det er en signifikant positiv eller negativ sammenheng mellom variablene. Gamma er et symmetrisk mål som innebærer at forholdet antas å være gjensidig avhengig, og det er derfor ikke definert noen avhengig eller uavhengig variabel (Argyrous 2011, 142). En slik test angir en korrelasjonskoeffisient som sier noe om styrken på sammenhengen, i tillegg til en p-verdi som indikerer sammenhengens signifikansnivå. Verdien til koeffisienten gamma går fra -1 til 1, hvor -1 indikerer en perfekt negativ sammenheng og 1 indikerer en perfekt positiv sammenheng. En verdi på 0 betyr at det ikke er noen sammenheng mellom de to variablene (143). Gamma-koeffisientenes effektstyrke blir i denne avhandlingen vurdert etter de samme grensene som for Cramer's V. For alle analysene, både Fisher's Exact Test og korrelasjonstesten gamma, er nullhypotesen formulert som følger: *"det er ingen sammenheng mellom variablene, og variablene er dermed uavhengige"*.

6.3 Deskriptiv og statistisk analyse

6.3.1 Bakgrunnsinformasjon

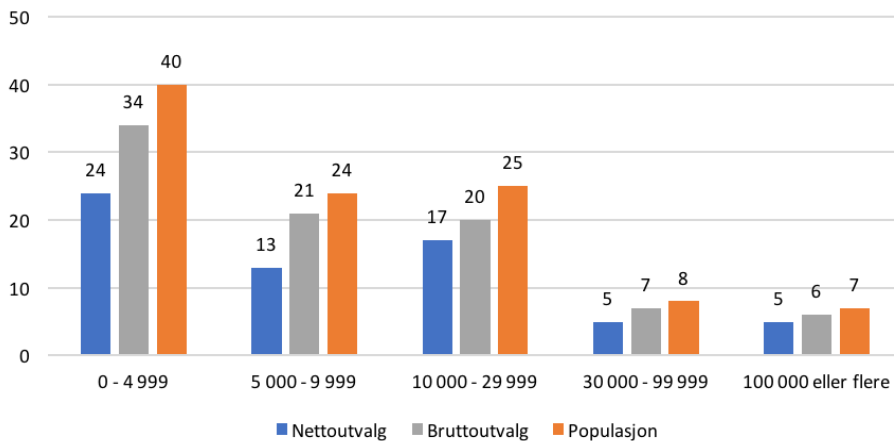
Den første delen av spørreundersøkelsen har som formål å kartlegge selskapenes bakgrunnsinformasjon, som for eksempel antall kunder og hvordan selskapene er organisert. Grunnen til dette er at vi ønsker å få informasjon i form av kategoriske variabler, som vi videre kan bruke for å se på forskjeller og sammenhenger mellom respondentene.

Spørsmål 1: Hvor mange kunder har nettvirksomheten?

I spørsmål 1 ønsker vi å få en oversikt over antall kunder i nettselskapene. Figur 6.1 viser at det er 24 respondenter som har svart at de har 0 - 4 999 kunder, og til sammen 54 respondenter har færre enn 30 000 kunder. Det er kun 10 respondenter som har flere enn 30 000 kunder, og kun fem av disse har flere enn 100 000 kunder. Dette innebærer at svært mange nettselskap fritas fra kravet om funksjonelt skille med en grense på 30 000 nettkunder. Tabell 6.1 viser en oversikt over hvor mange selskap det er i nettutvalg, bruttoutvalg og populasjon, i tillegg til gjennomsnitt, minste og største verdi for skalaen som er benyttet. Dersom det tas i betraktning hvor mange selskaper det er innenfor de ulike størrelsesgruppene i populasjonen og bruttoutvalget, ser vi at nettutvalget gjenspeiler denne fordelingen godt. Det er likevel verdt å nevne at tallene som er benyttet for å lage en oversikt over antall kunder i populasjonen og bruttoutvalg er fra 2017, og kan derfor ha endret seg noe. Se appendiks B for en fullstendig oversikt over selskaper i populasjonen.

Skala: 1 = 0 – 4 999, 2 = 5 000 – 9 999, 3 = 10 000 – 29 999, 4 = 30 000 – 99 999, 5 = 100 000 eller flere, 6 = Vet ikke / Ønsker ikke å svare	N	Gj.snitt	Min	Maks
Nettutvalg	64	2,28	1	5
Bruttoutvalg	88	2,20	1	5
Populasjon	104	2,21	1	5

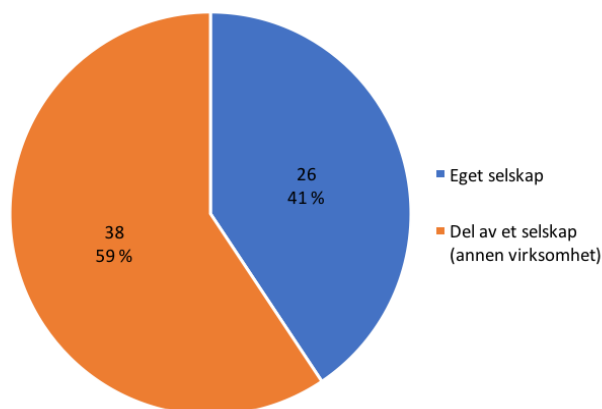
Tabell 6.1: Spørsmål 1 - Deskriptiv statistikk



Figur 6.1: Oversikt over kategoriene for antall kunder i nettutvalg, bruttoutvalg og populasjon

Spørsmål 2: Hvordan er nettvirksomheten organisert?

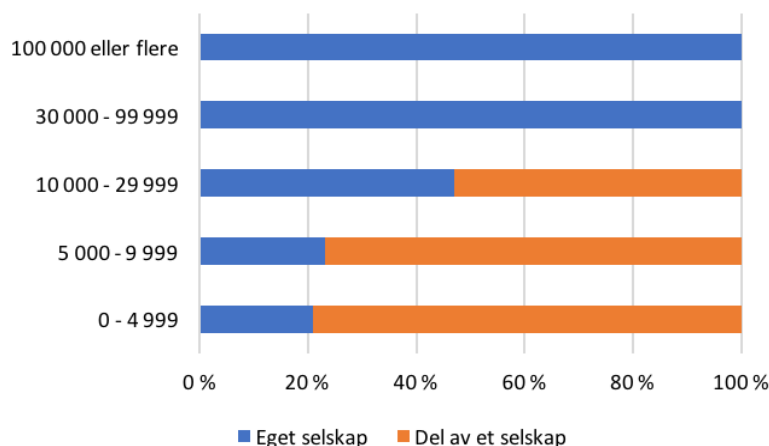
Vi ønsker å undersøke om selskapene er et eget selvstendig selskap som kun driver med nettvirksomhet, eller om selskapet er en del av et annet selskap som i tillegg driver med annen virksomhet. Det er 38 selskaper som har svart det sistnevnte, mot resterende 26 som er organisert som egne selskap. Det er interessant å se hvor mange selskap som faktisk driver med annen virksomhet enn nett, for å videre kunne vurdere hvor relevant kravet om selskapsmessig og funksjonelt skille er på nåværende tidspunkt. Vi ser i figur 6.2 at det er en overvekt av nettselskap som er integrert i selskap som også driver med annen virksomhet. Dette viser at det er et reelt behov for et strengere krav til selskapsmessig skille, dersom målet er at nettvirksomhet skal skilles fra annen type konkurranseutsatt virksomhet.



Figur 6.2: Oversikt over nettselskapenes organisering i utvalget

Sammenheng mellom antall kunder og organisering av selskapet

Videre vil vi undersøke om det er en sammenheng mellom antall kunder og hvordan nettvirksomheten er organisert. For å undersøke dette benyttes Fisher's Exact Test, som viser at det er en signifikant sammenheng mellom de to variablene. Testen har en p-verdi på 0,000, som betyr at nullhypotesen om at variablene er uavhengige forkastes. P-verdien sier likevel ikke noe om hvor sterk sammenhengen mellom variablene er, og Cramer's V benyttes derfor for å undersøke styrken på sammenhengen. Analysen viser at verdien for Cramer's V er 0,565 som angir en sterk sammenheng mellom antall kunder og organisering av virksomheten. Det er likevel verdt å nevne at koeffisienten ikke angir noen retning for sammenhengen, og at effektstyrken ikke sier noe om hva sammenhengen innebærer (Ringdal 2018, 324). Resultatene fra analysen vises i figur 6.3, hvor det fremkommer at samtlige nettselskap med flere enn 30 000 kunder er organisert som et eget selskap som kun driver med nettvirksomhet. Derimot vises det at nærmere 80% av selskapene med 0 - 4 999 kunder er en del av et annet selskap som også driver med annen virksomhet.



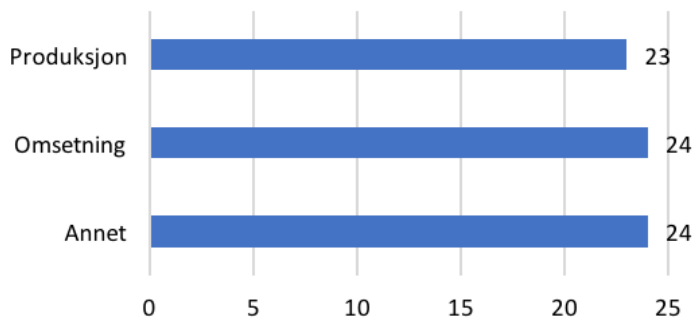
Figur 6.3: Prosentvis fordeling av selskapenes organisering, basert på kategoriene for antall kunder

**Dersom respondenten har svart på spørsmål 2 at selskapet er en del av et selskap som også driver med annen virksomhet, vises i tillegg spørsmål 3:*

***Spørsmål 3: Hvilken annen type virksomhet driver selskapet med? (mulig å velge flere)**

Dette spørsmålet ble kun tilgjengelig for de 38 respondentene som svarte at selskapet er integrert i et selskap som også driver med annen virksomhet enn nett. Grunnen til det er at vi ønsker å kartlegge hvilken annen type virksomhet selskapene driver med. Respondentene

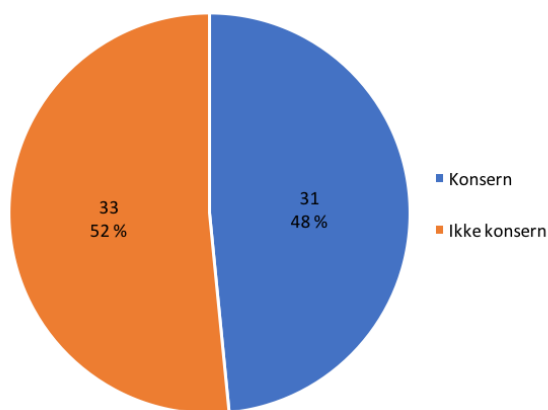
hadde mulighet til å krysse av på flere alternativer dersom de ønsket dette. I figur 6.4 ser vi at alternativene “produksjon av elektrisk energi” og “omsetning av elektrisk energi” har henholdsvis 23 og 24 avkryssninger. Siden selskapene gjerne driver med flere typer virksomhet er det sannsynlig at flere respondenter har krysset av for både produksjon og omsetning av elektrisk energi. Under alternativet “annet”, med 24 avkryssninger, fikk respondentene mulighet til å spesifisere hvis ønskelig. Her var det mange som svarte at selskapet driver med fiber, bredbånd og fjernvarme, men det ble også nevnt virksomhet som kartoppmåling, vann, avløp, og radio. Videre ble det undersøkt om det finnes en sammenheng mellom antall kunder og hvilken annen type virksomhet selskapene driver med. Fisher’s Exact Test viste derimot ingen signifikant verdi, og nullhypotesen om at de to variablene er uavhengige må derfor beholdes.



Figur 6.4: Antall avkryssninger på ulike typer annen virksomhet

Spørsmål 4: Er selskapet en del av et konsern?

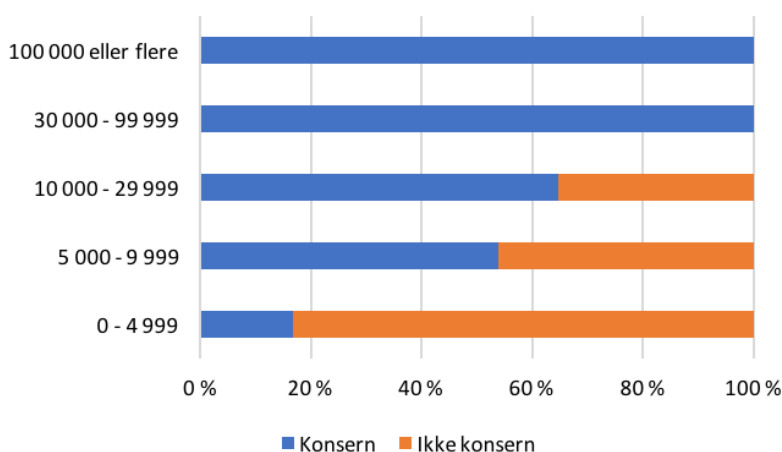
Figur 6.5 viser at 31 av selskapene i utvalget har konsernstruktur, noe som tilsvarer 48%. Selskap som er en del av et konsern er ofte preget av kontroll og instruksjoner fra morselskapet, selv om de er selvstendige rettssubjekter. Som tidligere nevnt om endringen av energiloven i 2021, innebærer det nye kravet til selskapsmessig skille at nettselskaper kun kan inngå i et konsern med et tomt morselskap. Det er dermed interessant å undersøke hvor mange selskap dette gjelder, da det selskapsmessige skillet fra og med 2021 vil gjelde for alle nettselskap. Spørsmålet sier imidlertid ingenting om hvorvidt morselskapet som selskapene er en del av er tomt eller ikke. Spørsmål 4 vil videre benyttes som en gruppevariabel for enkelte analyser, for å se etter eventuelle forskjeller mellom selskaper som er en del av et konsern eller ikke.



Figur 6.5: Oversikt over hvorvidt selskapene i utvalget er en del av et konsern

Sammenheng mellom antall kunder og konsernstruktur

Det kan umiddelbart tenkes at det først og fremst er de store selskapene som er en del av et konsern, og signifikanstesten bekrefter at det er en sammenheng mellom antall kunder og konsernstruktur med en p-verdi på 0,000. For å kunne si noe om hva sammenhengen innebærer må dataene undersøkes nærmere. Figur 6.6 viser at alle selskapene i de to gruppene med flere enn 30 000 kunder inngår i et konsern, mens det er under 20% av selskapene med færre enn 5 000 kunder som har konsernstruktur. Cramer's V angir en signifikant sterk sammenheng med en verdi på 0,544. Dette gir en indikasjon på at antakelsen stemmer, om at store selskap har konsernstruktur i større grad enn små og mellomstore selskap.



Figur 6.6: Prosentvis fordeling av konsernstruktur i utvalget, basert på kategoriene for antall kunder

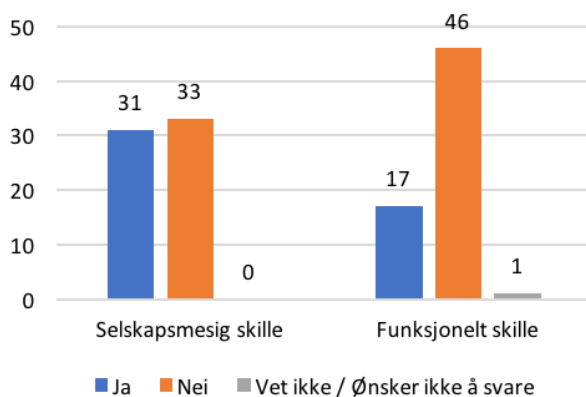
6.3.2 Informasjon om selskapet

Hensikten med spørsmålene i denne delen er å kartlegge situasjonen i selskapene knyttet til selskapsmessig og funksjonelt skille, i tillegg til tidligere prosesser og fremtidige planer om fusjon eller oppkjøp.

Spørsmål 5: Har nettselskapet selskapsmessig skille?

Spørsmål 6: Har nettselskapet funksjonelt skille?

På spørsmål 5 og 6 ønsker vi å kartlegge hvor mange av selskapene som på nåværende tidspunkt har selskapsmessig og funksjonelt skille. Resultatene vises i figur 6.7 hvor det fremkommer at omtrent halvparten har selskapsmessig skille, mens kun 17 selskaper har funksjonelt skille. Helt siden endringsloven til energiloven ble vedtatt i 2016 har det vært diskutert hvorvidt mindre selskap bør fritas for det funksjonelle skillet. Kravet om selskapsmessig skille derimot vil gjelde for samtlige nettselskap, og det kan dermed tenkes at dette er en grunn til at flere har innført selskapsmessig skille enn funksjonelt skille.

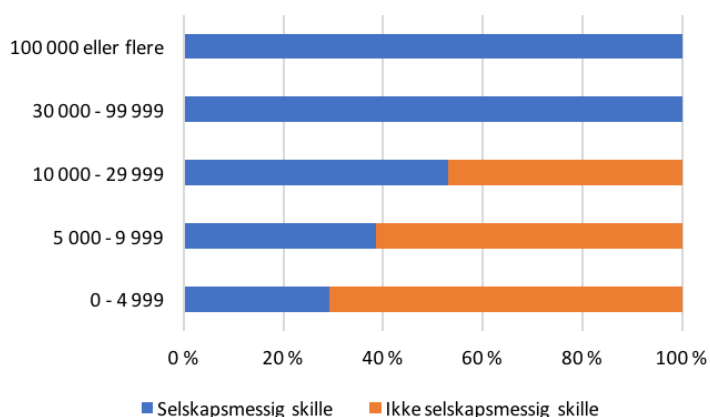


Figur 6.7: Oversikt over antall selskaper i utvalget som har selskapsmessig og funksjonelt skille

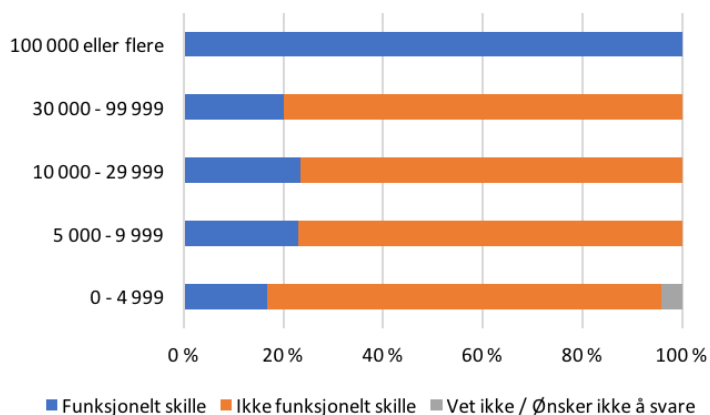
Sammenheng mellom antall kunder og selskapsmessig og funksjonelt skille

Det vil være interessant å se hvordan spørsmål 5 og 6 fordeler seg basert på kategoriene for antall kunder i selskapene. Siden kravet om selskapsmessig og funksjonelt skille i dag gjelder for selskap med flere enn 100 000 kunder er det ingen overraskelse at figur 6.8 og 6.9 viser at samtlige selskap i denne gruppen har selskapsmessig og funksjonelt skille. Ut i fra de to figurene vises det i likhet med figur 6.7 at det er selskapsmessig skille som er mest utbredt i utvalget generelt. Når det gjelder funksjonelt skille ligger kravet an til å gjelde

selskap med flere enn 30 000 kunder, men ut i fra figur 6.9 kan vi se at det kun er 20% som har funksjonelt skille i gruppen 30 000 - 99 999 kunder. Signifikanstesten bekrefter en sammenheng mellom variablene, med en p-verdi på 0,003 og 0,015 for henholdsvis selskapsmessig og funksjonelt skille. Videre viser Cramers's V en moderat effekt knyttet til selskapsmessig skille, med en verdi på 0,482. Cramer's V som angir effektstyrken for det funksjonelle skillet er ikke signifikant, og vi kan dermed ikke uttale oss med sikkerhet om styrken på sammenhengen mellom antall kunder og funksjonelt skille.



Figur 6.8: Prosentvis fordeling av selskapsmessig skille i utvalget, basert på kategoriene for antall kunder

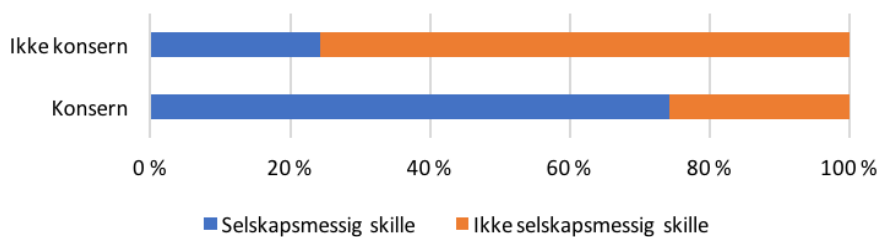


Figur 6.9: Prosentvis fordeling av funksjonelt skille i utvalget, basert på kategoriene for antall kunder

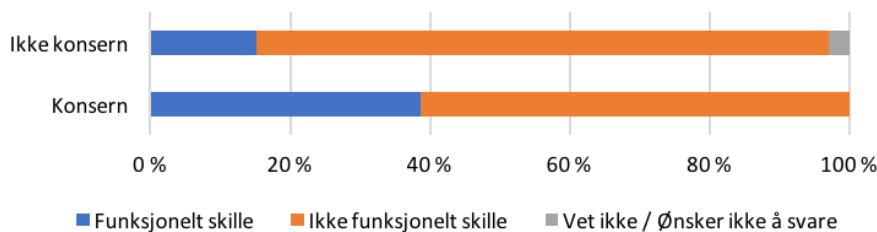
Sammenheng mellom konsernstruktur, og selskapsmessig og funksjonelt skille

Et annet interessant forhold som ble undersøkt er hvorvidt selskapsmessig og funksjonelt skille har en sammenheng med om selskapene er en del av et konsern eller ikke. Det kan tenkes at selskap med konsernstruktur i større grad har selskapsmessig og funksjonelt skille,

da behovet for å skille ut nettvirksomheten kan anses som større i selskap som er en del av en større enhet. Signifikanstesten viser at det er en sammenheng mellom konsernstruktur og selskapsmessig skille, med en p-verdi på 0,000. Cramer's V indikerer at sammenhengen er sterk, med verdien 0,500. Videre viser testen en signifikant sammenheng mellom konsernstruktur og funksjonelt skille, med en p-verdi på 0,048. Cramer's V antyder en svak effektstyrke, med verdien 0,285. Figur 6.10 viser at over 70% av selskapene med konsernstruktur har selskapsmessig skille, mens dette kun gjelder litt over 20% av selskapene som ikke er en del av et konsern. Som vist i figur 6.11 har funksjonelt skille tilsvarende trend, men med en lavere andel. Det er i underkant av 40% av selskapene med konsernstruktur som har funksjonelt skille, mens dette gjelder under 20% av de som ikke er i et konsern. Det kan imidlertid være relevant å se resultatene i sammenheng med antall kunder, da det under spørsmål 4 ble avdekket at store selskap i større grad har konsernstruktur enn små og mellomstore selskap. I tillegg ble det funnet at både selskapsmessig og funksjonelt skille har en signifikant sammenheng med antall kunder, noe som gjør at resultatene i figur 6.10 og 6.11 virker svært rimelige.



Figur 6.10: Oversikt over selskapsmessig skille i utvalget, basert på hvorvidt selskapet har konsernstruktur eller ikke

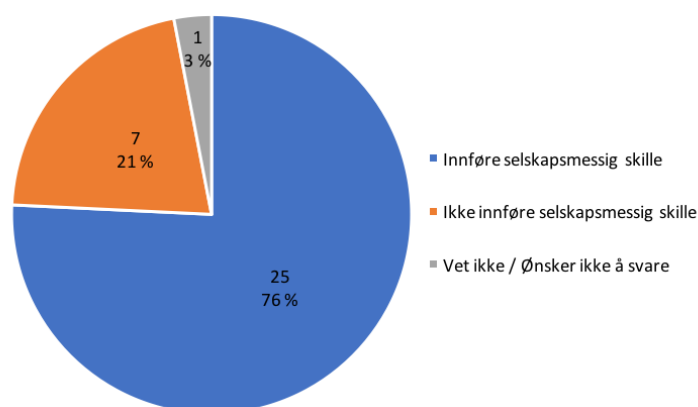


Figur 6.11: Oversikt over funksjonelt skille i utvalget, basert på hvorvidt selskapet har konsernstruktur eller ikke

**Dersom respondenten har svart på spørsmål 5 at selskapet ikke har selskapsmessig skille, vises i tillegg spørsmål 7:*

****Spørsmål 7: Planlegges det å innføre selskapsmessig skille innen 3 år?***

De 33 respondentene som svarte at deres selskap ikke har selskapsmessig skille, fikk i tillegg opp spørsmål 7. Resultatene i figur 6.12 viser at hele 25 av disse selskapene har planer om å innføre selskapsmessig skille innen tre år. Med et slikt antall kan det tyde på at selskapene i stor grad er forberedt på lovendringen, som innebærer strengere krav knyttet til selskapsmessig og funksjonelt skille. På grunn av at det selskapsmessige skillet vil bli pålagt alle nettselskaper fra og med 2021, kan det tenkes at det *ikke* er en sammenheng mellom størrelsen på selskapet og om de har planer om å innføre selskapsmessig skille. Signifikanstesten støtter denne antakelsen med en ikke-signifikant p-verdi på 0,195. Dette medfører at nullhypotesen om at det ikke er noen sammenheng mellom ovennevnte variabler beholdes. Videre er det bemerkelsesverdig at syv selskaper likevel svarer at de ikke planlegger å innføre selskapsmessig skille innen tre år, da det allerede er vedtatt i endringsloven til energiloven at kravet vil gjelde alle selskaper.



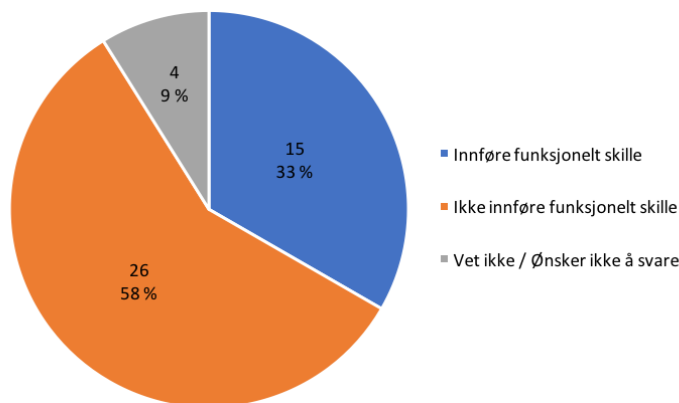
Figur 6.12: Oversikt over hvorvidt selskaper i utvalget planlegger å innføre selskapsmessig skille innen 3 år

**Dersom respondenten har svart på spørsmål 6 at selskapet ikke har funksjonelt skille, vises i tillegg spørsmål 8:*

****Spørsmål 8: Planlegges det å innføre funksjonelt skille innen 3 år?***

Alle de 46 respondentene som svarte at deres selskap ikke har funksjonelt skille fikk deretter opp spørsmål 8. Figur 6.13 viser at det ikke er like mange selskaper som har planer om å innføre funksjonelt skille i løpet av de neste tre årene, som det selskapsmessige skillet.

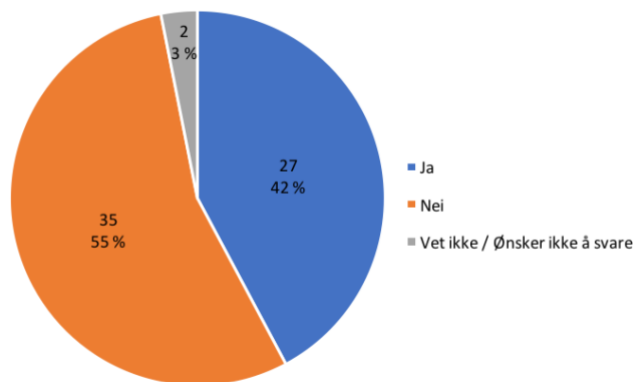
Grunnen til dette kan tenkes å være at kravet om å innføre et funksjonelt skille ligger an til å gjelde nettselskap med flere enn 30 000 kunder, slik at svært mange selskap vil fritas for dette kravet. Med tanke på at antall kunder vil være avgjørende for om selskapene pålegges å innføre funksjonelt skille, vil det være interessant å undersøke om det kan være en sammenheng mellom de to variablene. Dette avkreftes av signifikanstesten, som viser en p-verdi på 0,545 langt over den kritiske grensen. Det kan dermed ikke påstås at det er en sammenheng mellom antall kunder og om selskapene planlegger å innføre funksjonelt skille, og nullhypotesen om at variablene er uavhengige beholdes.



Figur 6.13: Oversikt over hvorvidt selskaper i utvalget planlegger å innføre funksjonelt skille innen 3 år

Spørsmål 9: Har nettselskapet vært i en oppkjøps- eller fusjonsprosess de siste 5 årene?

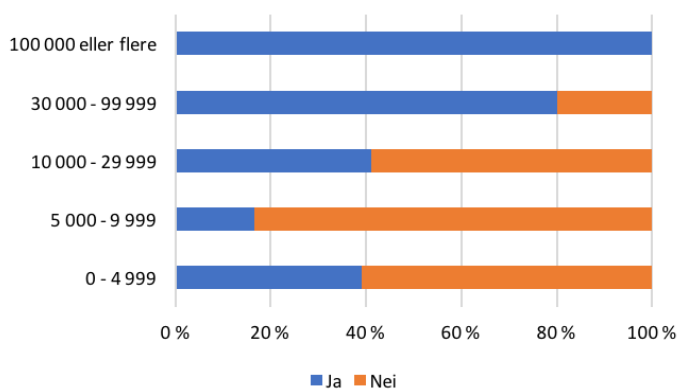
Flertallet svarte som vist i figur 6.14 at deres selskap ikke har vært i en oppkjøps- eller fusjonsprosess i løpet av de siste fem årene. Det kan spekuleres i hvorvidt en grunn til dette kan være at det nåværende kravet om selskapsmessig og funksjonelt skille gjelder dersom selskapet har flere enn 100 000 kunder. Ved å fusjonere er det en mulighet for at antall kunder overskrider denne grensen for enkelte selskap, som vil medføre at selskapsmessig og funksjonelt skille må innføres. På en annen side kan det like gjerne tenkes at selskapene ikke har hatt behov eller mulighet til fusjon eller oppkjøp, da dataene ikke gir noen informasjon om hva som ligger bak respondentenes svar.



Figur 6.14: Oversikt over om nettselskapene har vært i en oppkjøps- eller fusjonsprosess de siste 5 årene

Sammenheng mellom antall kunder og oppkjøps- eller fusjonsprosess de siste 5 årene

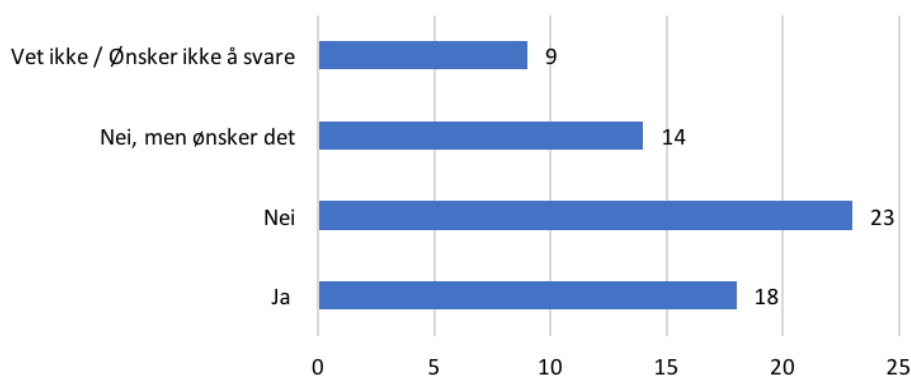
Til tross for at vi ikke vet årsaken til at selskapene har vært i, eller ikke vært i, en oppkjøps- eller fusjonsprosess de siste fem årene, er det interessant å undersøke om dette har en sammenheng med hvor mange kunder selskapene har. Vi ser tydelig i figur 6.15 at alle selskapene i utvalget med flere enn 100 000 kunder har vært i en oppkjøps- eller fusjonsprosess, i tillegg til 80% av selskapene med mellom 30 000 og 99 999 kunder. Figur 6.15 viser i tillegg at selskap med færre enn 30 000 kunder i mindre grad har vært i en oppkjøps- eller fusjonsprosess, og den laveste andelen finnes i gruppen 5 000 - 9 999 kunder. Signifikantstesten støtter at det er en sammenheng mellom variablene, med en signifikant p-verdi på 0,009. Cramer's V har en verdi på 0,457, og viser dermed at sammenhengen mellom de to ovennevnte variablene har en moderat effekt. Disse testene tar ikke hensyn til rangering av kategoriene for antall kunder, men figur 6.15 viser likevel at store selskap i større grad har vært i en oppkjøps- eller fusjonsprosess enn små og mellomstore selskap.



Figur 6.15: Prosentvis fordeling av om selskapene har vært i en oppkjøps- eller fusjonsprosess de siste 5 årene, basert på kategoriene for antall kunder

Spørsmål 10: Har nettselskapet planer om oppkjøp eller fusjon de neste 3 årene?

Figur 6.16 viser at 18 respondenter har svart på spørsmål 10 at deres selskap planlegger oppkjøp eller fusjon de neste tre årene. I tillegg er det 14 selskaper som ikke har planer om oppkjøp eller fusjon, men likevel ønsker det. Som nevnt i delkapittel 2.3.8 om fusjon finnes det urealiserte fusjonsgevinster i nettsektoren, som kan føre til kostnadsreduksjon for selskapene som slår seg sammen (Mydland 2018, 98). Burheim og Dahl (2016) fant i sin undersøkelse at det var selskapene med flere enn 38 000 kunder som i størst grad hadde gjennomført eller planer om å gjennomføre en fusjon. Videre påpekes det at fusjon er et tema som vil være interessant å undersøke i årene fremover, på grunn av endringen av energiloven som innebærer strengere krav til selskapsmessig og funksjonelt skille. Endringene vil trolig føre til en kostnadsøkning for nettsektoren totalt sett, og potensielle kostnadsreduksjoner gjennom fusjon kan dermed virke som et insentiv til flere sammenslåinger i bransjen. Da undersøkelsen av Burheim og Dahl ble gjennomført i 2016 var endringsloven til energiloven nylig vedtatt, og det kan derfor tenkes at selskapene ikke tok stilling til endringen da de besvarte spørsmålet om fusjon. Det vil dermed være interessant å se om spørsmålet har en sammenheng med antall kunder, og videre kartlegge hvorvidt de som nå har planer om fusjon eller oppkjøp mener at lovendringen har hatt innvirkning på planene. Sistnevnte sammenheng undersøkes i siste del av spørreskjemaet, under spørsmål 34.

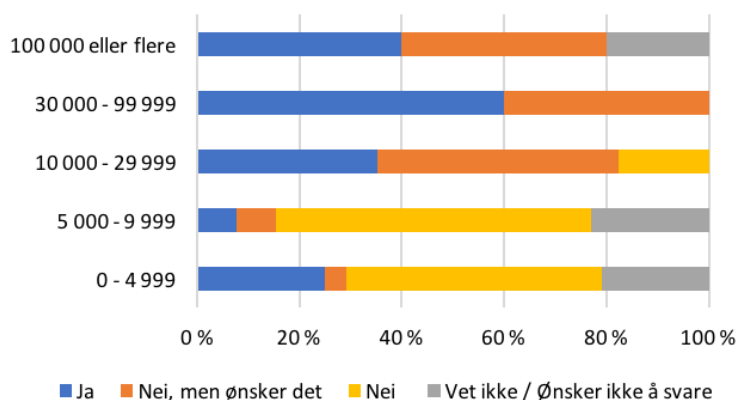


Figur 6.16: Oversikt over hvorvidt selskapene planlegger oppkjøp eller fusjon de neste 3 årene

Sammenheng mellom antall kunder og planer om oppkjøp eller fusjon

I spørsmål 9 ble det avdekket at det i størst grad er store selskaper som har vært i en oppkjøps- eller fusjonsprosess de siste fem årene. Videre ønsker vi derfor å undersøke om det er samme tendens for selskapenes fremtidige planer om oppkjøp eller fusjon. Signifikanstesten antyder

en sammenheng mellom antall kunder og planer om oppkjøp eller fusjon de neste tre årene, med en p-verdi på 0,000. Videre viser Cramer's V en verdi på 0,389, som tilsier at det er en moderat sammenheng mellom variablene. Figur 6.17 viser at selskap med flere enn 10 000 kunder i stor grad har planer eller ønsker om fusjon eller oppkjøp. Analysen viser dermed lignende resultater som Burheim og Dahl fant i sin undersøkelse, men at i tillegg selskaper i gruppen 10 000 - 29 999 kunder i stor grad har planer eller ønsker om oppkjøp eller fusjon de neste tre årene. Videre ser vi i figur 6.17 at selskapene i de to gruppene med færrest kunder i større grad har svart nei på spørsmålet om oppkjøps- eller fusjonsplaner, og at gruppen med 5 000 - 9 999 kunder i aller minst grad har planer eller ønsker om det. Det kan dermed tyde på at ikke alle er like begeistret for at nettselskaper i Norge blir både færre og større. En kommentar fra undersøkelsen som underbygger dette er fra en respondent i en av de minste gruppene, som skriver følgende: "OED og NVE sin iver etter å skru rammebetingelsene for nettselskapene slik at de slår seg sammen blir tydeligere og tydeligere og overskygger de fleste andre hensyn".



Figur 6.17: Prosentvis fordeling av om selskapene planlegger en oppkjøps- eller fusjonsprosess de neste 3 årene, basert på kategoriene for antall kunder

6.3.3 Informasjon om styret

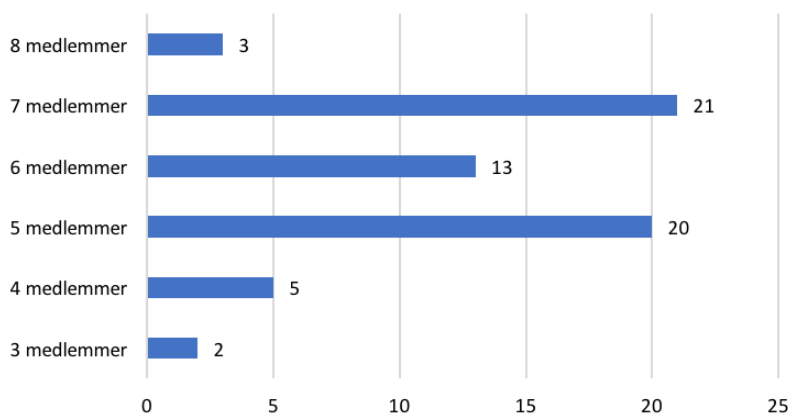
Etter kartlegging av bakgrunnsinformasjon og nettselskaperens situasjon i de to første delene, følger spørsmål knyttet til selskapets styre. Formålet med disse spørsmålene er blant annet å få informasjon om styret, og hvilken bakgrunn styremedlemmene har. I tillegg er det interessant å vite hvorvidt styremedlemmer deltar i konsernstyret eller selskapets daglige ledelse, samt i hvilket styre de eventuelt mener ulike beslutninger tas.

Spørsmål 11: Hvor mange medlemmer er det i nettselskapets styre?

For å kartlegge informasjon om selskapenes styrer ønsker vi å vite hvor mange styremedlemmer nettselskapene har. Som beskrevet i teorikapittelet anbefales det å ha syv til åtte styremedlemmer, slik at styret skal kunne ha tilstrekkelig kunnskap og kompetanse (Huse 2007a, 82). Vi ser i tabell 6.2 at gjennomsnittet befinner seg mellom gruppe 6 og 7, som henholdsvis indikerer fem og seks styremedlemmer. Det vises i tillegg i figur 6.18 at store deler av selskapene har mellom fem og syv styremedlemmer, noe som tyder på at nettselskapene i utvalget generelt har en tilfredsstillende størrelse på styret. Det kan tenkes at antall styremedlemmer er høyere i store selskap enn i små selskap. For å undersøke om dette stemmer er det gjort en korrelasjonstest av sammenhengen, hvor koeffisienten gamma har en verdi på 0,186. Testen er likevel ikke signifikant, med en p-verdi på 0,097, og det kan dermed ikke påstås å være en sammenheng mellom antall kunder og antall styremedlemmer som først antatt.

Skala	N	Gj.snitt	Std.avvik	Min	Maks
1 = 0, 2 = 1, ... 12 = 11, 13 = 12 eller flere	64	6,86	1,193	4	9

Tabell 6.2: Spørsmål 11 - Deskriptiv statistikk

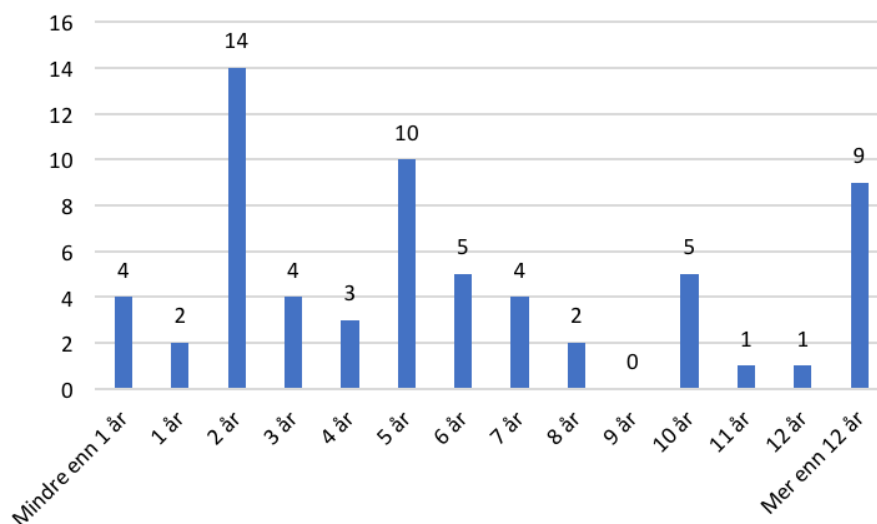


Figur 6.18: Oversikt over antall styremedlemmer i utvalget

Spørsmål 12: Hvor lenge har du vært medlem i styret?

Figur 6.19 viser at det er stor variasjon i hvor mange år respondentene har vært medlem i nettselskapets styre. Det er flest respondenter som har vært medlem i to år, i tillegg til at hele

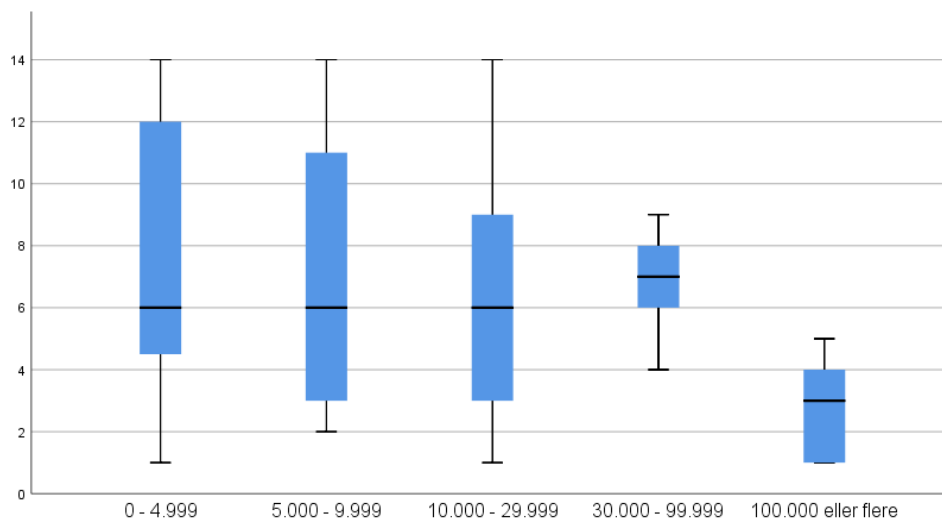
ni personer har vært medlem i styret i mer enn 12 år. Dette betyr at svarene i undersøkelsen kan bære preg av variasjon i respondentenes erfaring som styreleder eller -medlem i det aktuelle nettselskapet. Det er verdt å nevne at spørsmålet kun angår personen som har svart på spørreundersøkelsen, og at resultatene derfor ikke gjenspeiler selskapenes styre som helhet.



Figur 6.19: Oversikt over antall år respondentene har vært medlem i styret

Sammenheng mellom antall kunder og antall år i styret

Det kan være interessant å vite om antall år respondentene har vært medlem i styret har noen sammenheng med antall kunder i selskapet. For å undersøke dette benyttes korrelasjonstesten gamma, som viser en signifikant negativ sammenheng med en verdi på $-0,215$ og tilhørende p-verdi på $0,047$. Dette kan anses som en svak korrelasjon, men det er likevel mulig å se i figur 6.20 at respondenter fra selskap med flere enn 100 000 kunder generelt har vært medlem færre år enn respondenter fra andre grupper. Boksplottet illustrerer formen på dataenes spredning, og om spredningen er skjev eller symmetrisk. Selve boksen omfatter 50% av observasjonene, mens de sorte linjene utenfor boksen viser øverste og nederste kvartil for datasettet. Den sorte linjen midt i boksen indikerer datasettets median, og vi kan dermed se i figur 6.20 at spredningen er noe asymmetrisk. Det er verdt å nevne at det kun er fem respondenter i hver av de to gruppene med størst antall kunder, noe som kan gjøre utslag på resultatene. P-verdien for gamma-koeffisienten er i tillegg svært nære den kritiske grensen for signifikansnivået, og det er dermed forbundet noe usikkerhet med testens gyldighet.



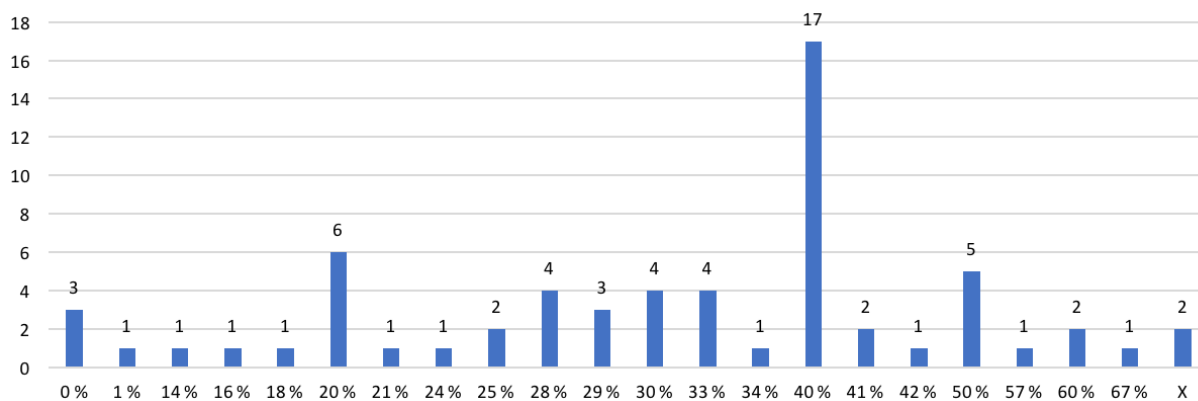
Figur 6.20: Boksploott med oversikt over hvor lenge respondentene har vært medlem i styret, basert på kategoriene for antall kunder

Spørsmål 13: Omtrent hvor stor andel av styremedlemmene er kvinner?

Tabell 6.3 viser at gjennomsnittet for andelen kvinnelige styremedlemmer i utvalget er omtrent 33%. I tillegg viser figur 6.21 at det er tre respondenter som har svart at minimum 60% av medlemmene er kvinner, mens tre respondenter har svart at de ikke har noen kvinnelige representanter i styret. Videre er det to respondenter som har valgt å ikke besvare dette spørsmålet, som vist i tabell 6.3. Vi har ikke mulighet til å uttale oss om hvorvidt respondentene ikke har kunnskap om andel kvinner i styret, eller ikke ønsket å svare på spørsmålet. Sett ut i fra tabell 6.3 og figur 6.21 er det ingen tvil om at det er en skjev fordeling mellom kvinner og menn i styrene i norske nettselskap, med en generell overvekt av mannlige styremedlemmer. Som nevnt i teorikapittelet kan fravær av kvinnelige styrerepresentanter føre til at styret mister et viktig perspektiv, som ellers kunne bidratt til å øke kvaliteten på styrets arbeid. På en annen side ser vi at det svaret som er avgitt hyppigst er 40% kvinnelige styremedlemmer, noe som kan anses som en tilfredsstillende andel.

Skala	N	Gj.snitt	Std.avvik	Min	Maks	Vet ikke / Ønsker ikke å svare (x)
Tall i prosent mellom 0 og 100	62	33,02	14,25	0,00	67,00	2

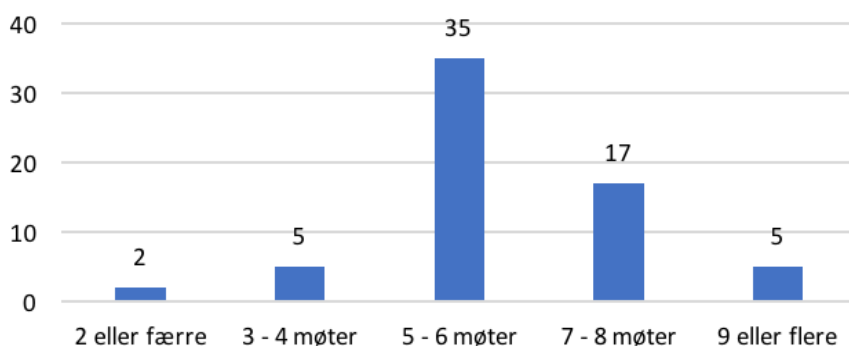
Tabell 6.3: Spørsmål 13 - Deskriptiv statistikk



Figur 6.21: Oversikt over andel kvinnelige styremedlemmer

Spørsmål 14: Hvor mange møter har styret normalt årlig?

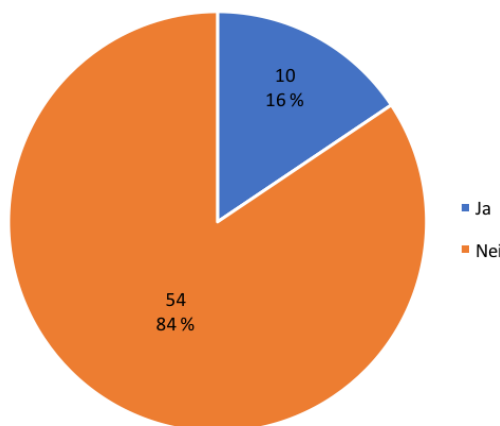
Antall styremøter på årlig basis kan variere mye i ulike selskap, og kommer gjerne an på hvorvidt det foreligger spesielle situasjoner som krever mer arbeid. Som nevnt tidligere bør det i følge Huse (2007b, 28) holdes et antall møter som gjør styret i stand til å opprettholde sin rolle og funksjon, samt et kontinuerlig styrearbeid. Figur 6.22 viser at en stor del av respondentene har fem til seks styremøter i året, noe som samsvarer med Huse (122) sin anbefaling om fem til ti møter ved et normalt år. Det kan også sees i figuren at kun syv selskaper har færre enn fem til seks møter. Videre ble en rekke variabler undersøkt i sammenheng med antall styremøter, som blant annet antall kunder, tidligere fusjonsprosess eller fremtidige fusjonsplaner, og i hvor stor grad respondentene er bevisst og ivaretar eiernes interesser. Det ble ikke avdekket noen signifikante sammenhenger, og det kan dermed tyde på at antall møter er relativt uavhengig fra andre variabler i undersøkelsen.



Figur 6.22: Oversikt over antall styremøter i selskapene

Spørsmål 15: Er noen av nettselskapets styremedlemmer også med i selskapets daglige ledelse?

Grunnen til at dette er et interessant spørsmål er at det blant annet hevdes at et avhengighetsforhold mellom styret og ledelse kan bidra til at styret ikke tar selvstendige avgjørelser dersom disse ikke samsvarer med ledelsens ønsker. Styret har blant annet en viktig oppgave med å ivareta eiernes interesser, og det kan tenkes at styremedlemmer som samtidig deltar i den daglige ledelsen av selskapet har en individuell agenda for styrearbeidet. I tillegg kan det være utfordrende for styret å opptre som en kontrollfunksjon dersom de er avhengige av ledelsen (Huse 2007b, 27). Vi ser i figur 6.23 at det kun er et fåtall av de 64 nettselskapene som har svart ja på dette spørsmålet, og det virker derfor ikke å være en særlig utfordring i nettsektoren. Videre viser signifikanstesten ingen sammenheng mellom antall kunder og om styremedlemmer er med i selskapets daglige ledelse, og nullhypotesen for de to variablene beholdes.



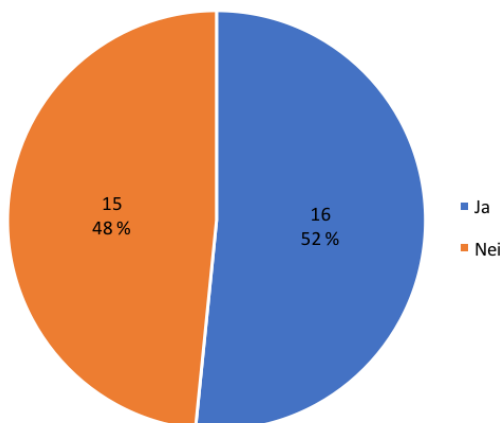
Figur 6.23: Oversikt over om styremedlemmer er med i selskapets daglige ledelse

**Dersom respondenten har svart på spørsmål 2 at selskapet har konsernstruktur, vises i tillegg spørsmål 16 - 18:*

***Spørsmål 16: Er noen av nettselskapets styremedlemmer også med i konsernstyret?**

Når endringsloven til energiloven § 4-7 om funksjonelt skille trer i kraft 1. januar 2021 kan ikke personer med ledende stilling i nettselskapet delta i ledelsen i selskap som driver med annen virksomhet. Dette gjelder også integrerte selskap i konsernet, og med "personer i ledende stilling" menes både selskapets ledelse og medlemmer i styret. Vi ser i figur 6.24 at svarene på hvorvidt medlemmer samtidig er med i konsernstyret fordeler seg svært likt, blant

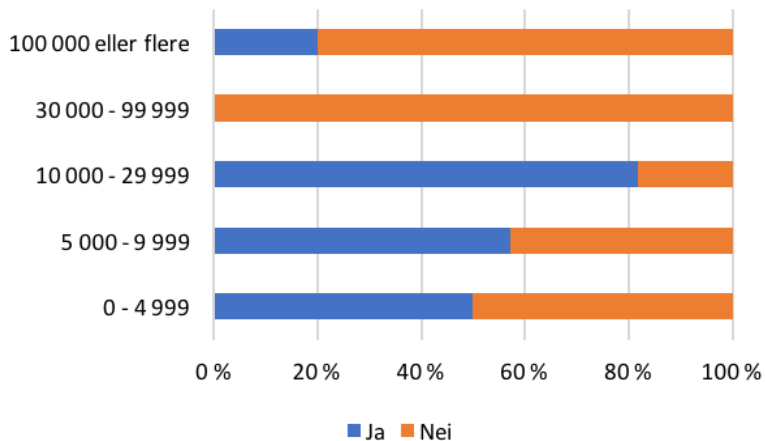
de 31 nettselskapene som har oppgitt at selskapet er en del av et konsern. Det er en liten overvekt på 52% av selskapene i utvalget, som svarer at de har styremedlemmer som også er med i konsernstyret. Dette kan med den nye lovendringen anses som et brudd på kravet om funksjonelt skille, og det er dermed interessant å undersøke hvorvidt det gjelder selskap med flere enn 30 000 kunder.



Figur 6.24: Oversikt over om noen av selskapets styremedlemmer også er med i konsernstyret

Sammenheng mellom antall kunder og om styremedlemmer er med i konsernstyret

Fisher's Exact Test viser en signifikant sammenheng mellom variablene, med en p-verdi på 0,027. Videre indikerer Cramer's V at sammenhengen er sterk, med verdien 0,579. Dermed kan nullhypotesen forkastes, da analysen antyder at antall kunder og hvorvidt styremedlemmer også er med i konsernstyret er avhengige variabler. Figur 6.25 viser at samtlige selskap i kategorien 30 000 - 99 999 kunder har svart nei på dette spørsmålet, noe som er en fordel når kravet om funksjonelt skille høyst sannsynlig vil gjelde for selskap med flere enn 30 000 kunder fra og med 2021. Det kan sees i figuren at 20% i kategorien med flere enn 100 000 kunder har styremedlemmer som også er med i konsernstyret, noe som kan tenkes å være et brudd på det funksjonelle skille når lovendringen trer i kraft. På en annen side kan figuren gi et noe misvisende bilde da det kun er fem respondenter i denne gruppen, og 20% utgjør dermed kun én respondent.

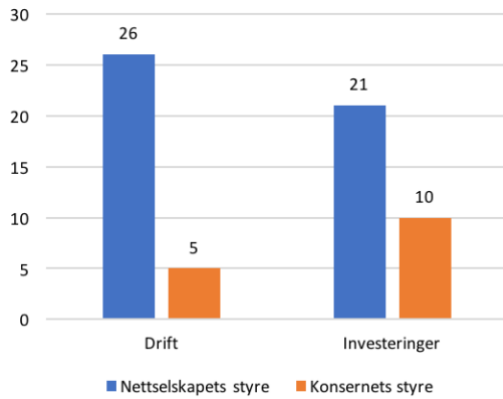


Figur 6.25: Prosentvis fordeling av om styremedlemmer er med i konsernstyret, basert på kategoriene for antall kunder

***Spørsmål 17: I hvilket styre mener du beslutninger knyttet til nettselskapets drift hovedsakelig tas?**

***Spørsmål 18: I hvilket styre mener du beslutninger knyttet til nettselskapets investeringer hovedsakelig tas?**

For selskap som er en del av et konsern og dermed har et eget konsernstyre er det i tillegg interessant å undersøke hvor respondentene mener at beslutninger knyttet til nettselskapets drift og investeringer tas. I et konsern er morselskapets styre ofte det mest dominerende styret, selv om alle de integrerte selskapene er egne rettssubjekter med eget ansvar (Thoresen). Kravet om selskapsmessig og funksjonelt skille setter som tidligere nevnt begrensninger for morselskapets mulighet til å gi instrukser til nettselskapet. Det ville derfor vært bemerkelsesverdig om svært mange respondenter hadde oppgitt at beslutninger tas i konsernstyret. Det vises i figur 6.26 at det er et stort flertall som mener beslutninger knyttet til drift tas i nettselskapets styre, mens det er noe mer uenighet om investeringsbeslutninger. Dette kan tenkes å være naturlig, da beslutninger knyttet til investeringer gjerne er større og mer omfattende enn den daglige driften. Det ble ikke funnet noen signifikante sammenhenger mellom hvor beslutninger tas og antall kunder i selskapet, men det ble avdekket at samtlige selskaper i utvalget med flere enn 30 000 kunder hevder at beslutninger tas i nettselskapets styre (se figur J.1 og J.2 i appendiks J).

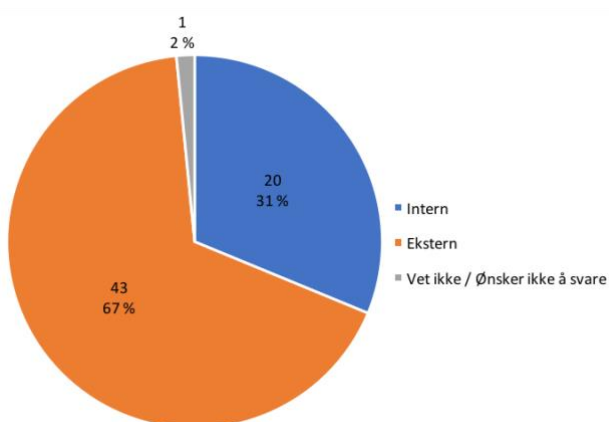


Figur 6.26: Oversikt over i hvilket styre beslutninger knyttet til drift og investeringer hovedsakelig tas

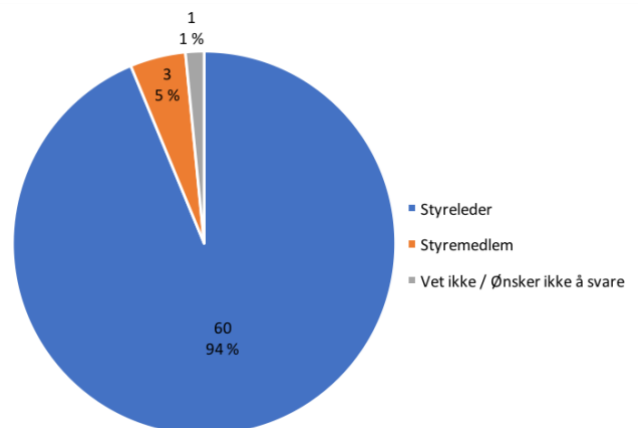
Spørsmål 19: Er du som styremedlem intern eller ekstern? (Med intern menes ansatt i nettselskapet, morselskap eller et annet selskap i konsernet).

Spørsmål 20: Hva er din rolle i styret?

Spørsmål 19 og 20 ble inkludert for å få en oversikt over hvilken bakgrunn og rolle styremedlemmene som har svart på undersøkelsen har. Spørsmålene i seg selv bidrar ikke til informasjon om styret som helhet, men det kan være interessant å vite litt om hvem som har svart på undersøkelsen som ellers er fullstendig anonym. Figur 6.27 viser at 43 av respondentene er eksterne styremedlemmer, og vi ser i figur 6.28 at hele 60 av 64 respondenter er styreledere. Vi ser at én respondent under hvert spørsmål ikke har ønsket å svare. Likevel kan dette resultatet bekrefte at vi i stor grad har nådd frem til selskapenes styreleder, og at det er noe variasjon i om respondentene er interne eller eksterne styremedlemmer.



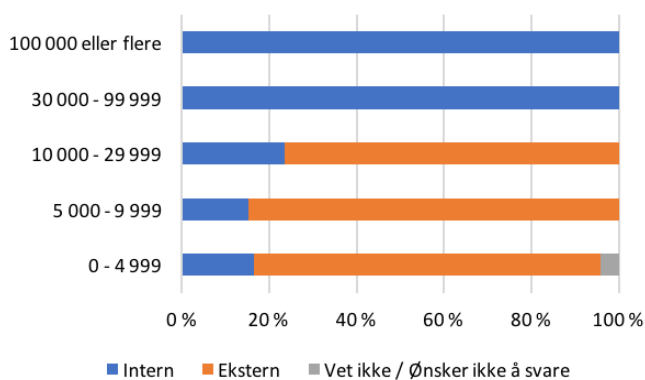
Figur 6.27: Oversikt over om respondentene er interne eller eksterne styremedlemmer



Figur 6.28: Oversikt over om respondentene er styreleder eller styremedlemmer

Sammenheng mellom antall kunder og om respondentene er interne eller eksterne styremedlemmer

Videre vil det være av interesse å se hvordan eksterne og interne styremedlemmer fordeler seg i kategoriene for antall kunder. Signifikanstesten viser at det er en sammenheng mellom variablene med en p-verdi på 0,000. Videre indikerer Cramer's V en moderat sammenheng med en verdi på 0,466. Dermed forkastes nullhypotesen om at variablene er uavhengige. Selv om testen ikke sier noe om hva sammenhengen innebærer, viser figur 6.29 tydelige forskjeller mellom selskapenes størrelse. Vi ser at samtlige respondenter fra nettselskap med flere enn 30 000 kunder er interne styremedlemmer, mens respondentene fra de små og mellomstore selskapene ser ut til å være en betydelig overvekt av eksterne medlemmer. Siden hele 60 av 64 respondenter har oppgitt at de er styreleder, kan figuren til en viss grad gi en indikasjon om hvorvidt styreleder i selskapene er intern eller ekstern.



Figur 6.29: Prosentvis fordeling av om respondentene er interne eller eksterne styremedlemmer, basert på kategoriene for antall kunder

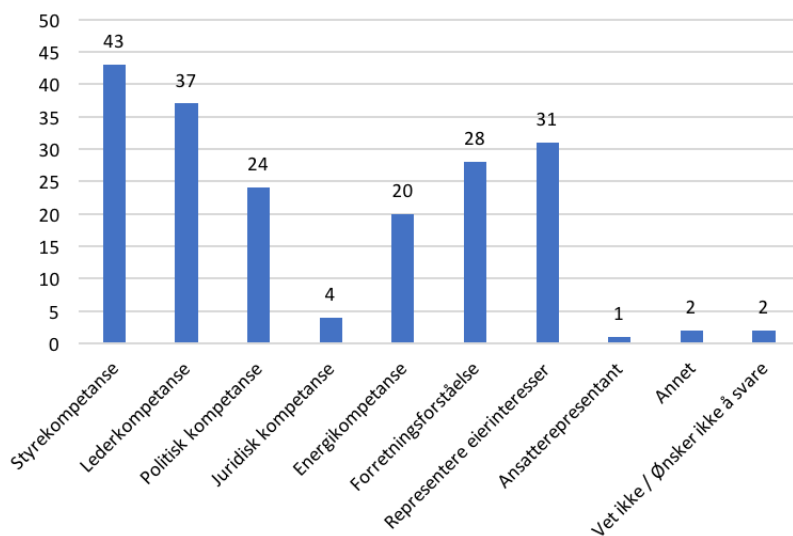
Spørsmål 21: Etter ditt syn, hva er grunnen til at du ble valgt inn i styret? (Kryss av for alle passende alternativer).

Spørsmål 21 har som hensikt å avdekke medlemmenes opplevde grunn til at de ble valgt inn i styret. Under spørsmålet fikk respondentene en liste med åtte alternativer, samt et annet alternativ hvor de selv kunne spesifisere hvis ønskelig. Respondentene hadde mulighet til å krysse av på flere alternativer dersom de mente det var passende. Figur 6.30 viser at styrekompetanse er det alternativet som er valgt flest ganger med 43 avkryssninger, noe som tilsvarer omtrent 22% av totalt antall avkryssninger. Tabell 6.4 viser i tillegg at det er 21 respondenter som *ikke* har krysset av på dette alternativet. Andre alternativer som scorer høyt er lederkompetanse med 37 avkryssninger, etterfulgt av å representere eierinteresser med 31

avkryssninger. Det å ivareta eierens interesser er en viktig oppgave for styret, da eierne selv ofte er mindre synlige. Resultatene i undersøkelsen viser at mange mener de er valgt inn i styret for å representere eierinteresser, men det viser derimot ikke hvorvidt eierinteressene faktisk ivaretas. Vi ser at kun én respondent er ansattrepresentant, noe som virker naturlig da det i svært stor grad er styreledere som har besvart undersøkelsen. Dette kan tenkes å ha samsvar med at styrekompetanse og lederkompetanse er de mest utbredte svarene.

Alternativ	1 = Krysset av (N)	N i prosent	0 = Ikke krysset av
Styrekompetanse	43	22,4%	21
Lederkompetanse	37	19,3%	27
Politisk kompetanse	24	12,5%	40
Juridisk kompetanse	4	2,1%	64
Energikompetanse	20	10,4%	44
Forretningsforståelse	28	14,6%	36
Representere eierinteresser	31	16,1%	33
Ansattrepresentant	1	0,5%	63
Annet	2	1,0%	62
Vet ikke / Ønsker ikke å svare	2	1,0%	62

Tabell 6.4: Spørsmål 21 - Deskriptiv statistikk



Figur 6.30: Oversikt over hva respondentene mener er grunn til at de ble valgt inn i styret

Spørsmål 22: Vurder i hvilken grad følgende alternativer er representert i nettselskapets styre:

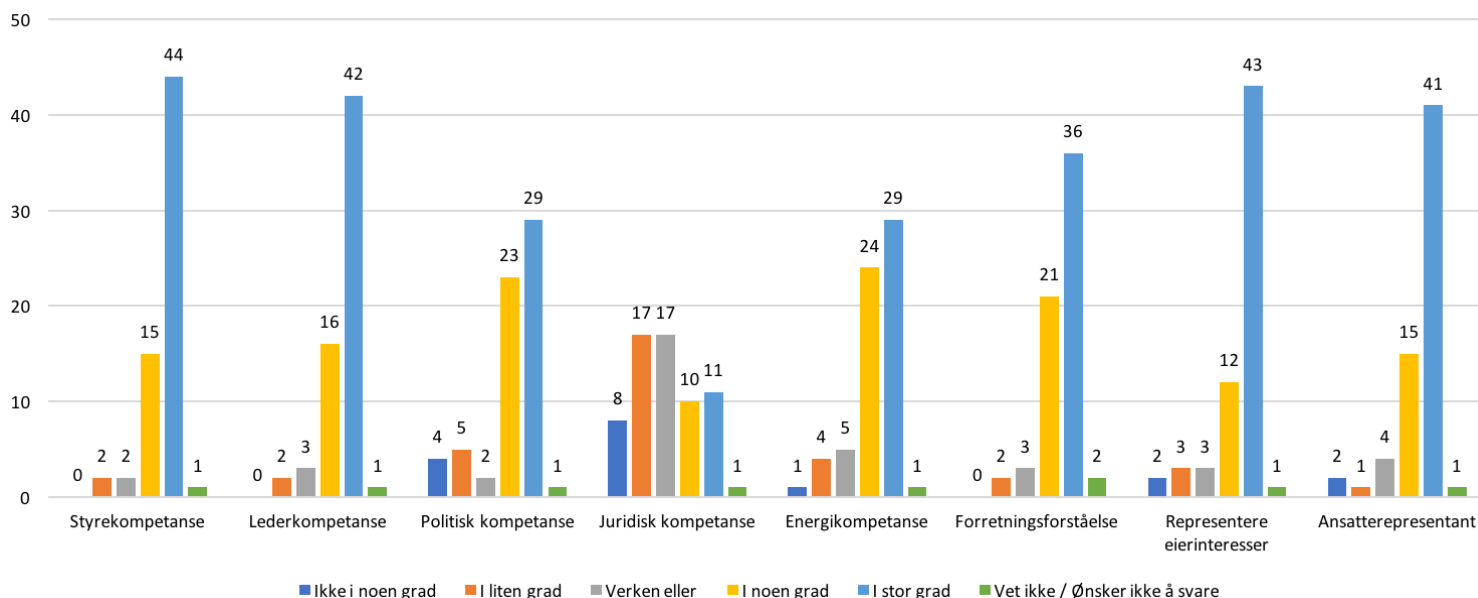
I tillegg til å kartlegge hvorfor respondentene ble valgt inn i styret, ønsker vi å undersøke i hvilken grad de samme åtte alternativene er representert i styrene. Tabell 6.5 viser at juridisk kompetanse har det laveste gjennomsnittet på 2,98, og figur 6.31 viser at det er alternativet flest har vurdert til “Ikke i noen grad”. Juridisk kompetanse scoret også lavt i spørsmål 21, med kun fire respondenter som mente dette var en grunn til at de ble valgt inn i styret. I følge Huse (2007b, 109) er advokater eller jurister ofte inkludert i styret da det kan komme selskapet til gode. Nettsektoren er preget av streng regulering og en rekke lover som selskapene må forholde seg til, og det kan derfor tenkes å være en fordel at styret har medlemmer med juridisk kompetanse. Likevel viser spørsmål 21 og 22 at juridisk kompetanse er noe underrepresentert, og skiller seg tydelig ut som den typen kompetanse som er minst utbredt blant selskapene i utvalget.

Styrekompetanse er det alternativet som flest har vurdert som representert “I stor grad”, tett etterfulgt av å representere eierinteresser, lederkompetanse og ansattrepresentanter. Som nevnt i teorikapittelet mener Huse (145) at ansattrepresentanter er en viktig del av styresammensetningen, da deres oppgave er å formidle informasjon og synspunkter fra de ansatte til styret, og vice versa. Huse (109) hevder også at eksperter bør være en del av styret, som i dette tilfellet vil være energikompetanse. Denne typen kompetanse har et relativt høyt gjennomsnitt på 4,21, og figur 6.31 viser at “energikompetanse” scorer høyt på både “I stor grad” og “I noen grad”.

Skala: 1 = Ikke i noen grad, 5 = I stor grad	N	Gj.snitt	Min	Maks	Vet ikke / Ønsker ikke å svare
Styrekompetanse	63	4,60	2	5	1
Lederkompetanse	63	4,56	2	5	1
Politisk kompetanse	63	4,08	1	5	1
Juridisk kompetanse	63	2,98	1	5	1
Energikompetanse	63	4,21	1	5	1
Forretningsforståelse	62	4,47	2	5	2

Representere eierinteresser	63	4,44	1	5	1
Ansatterepresentant	63	4,46	1	5	1

Tabell 6.5: Spørsmål 22 - Deskriptiv statistikk



Figur 6.31: Oversikt over skalafordeling for de ulike typene kompetanse

Sammenheng mellom antall kunder og kompetanse representert i styret

For å undersøke hvorvidt antall kunder har en sammenheng med i hvilken grad ulike typer kompetanse er representert i styret ble det gjennomført en korrelasjonstest. Korrelasjonsmålet gamma viser at styrekompetanse, lederkompetanse, forretningsforståelse og ansatterepresentant har en signifikant positiv sammenheng med antall kunder, som kan sees i appendiks K. Gjennom gamma-koeffisienten for de nevnte variablene fremkommer det at styrekompetanse, forretningsforståelse og ansatterepresentant har en moderat sammenheng med antall kunder, mens lederkompetanse derimot har en sterk sammenheng med antall kunder. Med andre ord er de fire alternativene i større grad representert i de store selskapene, noe som kan sees i figurene L.1 til L.4 i appendiks L. Det ble ikke funnet signifikante sammenhenger mellom antall kunder og andre typer kompetanse.

6.3.4 Eierinteresser og involvering

I påfølgende del er hensikten med spørsmålene å kartlegge styrenes bevissthet knyttet til eierinteresser, samt involvering fra styret, ledelsen og eierne. I tillegg kartlegges arbeidsfordeling mellom styret og ledelsen, knyttet til blant annet organisering av virksomheten og utarbeidelse av strategiske planer og budsjetter.

Spørsmål 23: I hvilken grad er du klar over eiernes interesser og formål med eierskapet?

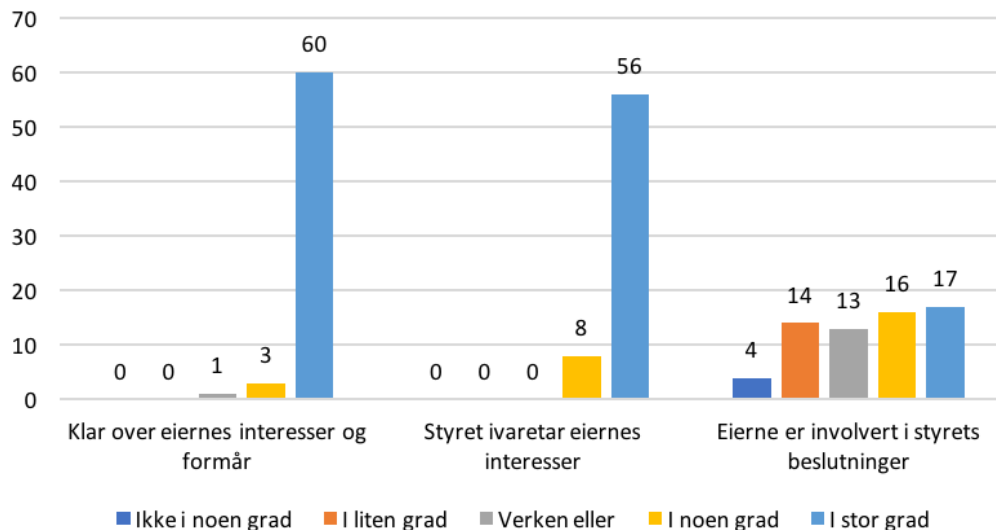
Spørsmål 24: I hvilken grad mener du styret ivaretar eiernes interesser?

Spørsmål 25: I hvilken grad mener du at eierne er involvert i styrets beslutninger?

Eiernes interesser er som nevnt flere ganger et viktig moment i styrets arbeid og beslutninger. Spørsmål 23 og 24 undersøker i hvilken grad respondentene er klar over eiernes interesser, og i hvilken grad de mener styret ivaretar eiernes interesser. Spørsmål 25 undersøker graden av eiernes involvering i styrets beslutninger. I figur 6.32 vises de tre spørsmålene, hvor vi ser at hele 60 av respondentene i stor grad er klar over eiernes interesser og formål med eierskapet. I tillegg mener 56 respondenter at styret i stor grad ivaretar eiernes interesser, mens det er større variasjon i spørsmål 25 om eiernes grad av involvering i styrets beslutninger. Tabell 6.6 viser at gjennomsnittet for spørsmål 23 og 24 er henholdsvis 4,92 og 4,88. Spørsmål 25 derimot har et lavere gjennomsnitt på 3,44, og figur 6.32 viser blant annet at fire respondenter mener eierne ikke i noen grad er involvert i styrets beslutninger. Vi ser at det kun er 17 respondenter som mener eierne i stor grad er involvert i styrets beslutninger, noe som kan tyde på at flere mener at interessene blir ivaretatt uten for mye direkte involvering fra eierne.

Skala: 1 = Ikke i noen grad, 5 = I stor grad	N	Gj.snitt	Min	Maks
I hvilken grad er du klar over eiernes interesser og formål med eierskapet?	64	4,92	3	5
I hvilken grad mener du styret ivaretar eiernes interesser?	64	4,88	4	5
I hvilken grad mener du at eierne er involvert i styrets beslutninger?	64	3,44	1	5

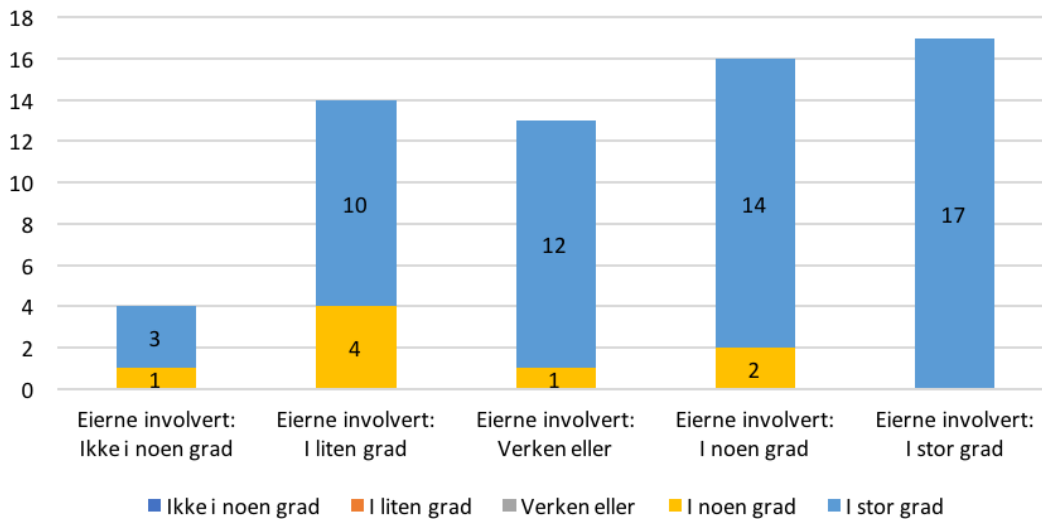
Tabell 6.6: Spørsmål 23, 24 og 25 - Deskriptiv statistikk



Figur 6.32: Oversikt over skalafordeling for spørsmål 23, 24 og 25

Sammenheng mellom i hvilken grad styret ivaretar eierne interesser og i hvilken grad eierne er involvert i styrets beslutninger

For å undersøke nærmere om eierne grad av involvering i styrets beslutninger har en sammenheng med hvor godt det hevdes at styret ivaretar eierne interesser, ble det utført en korrelasjonstest av de to variablene. Koeffisienten gamma viser en sterk positiv sammenheng mellom de to variablene, med en verdi på 0,589 og en signifikant p-verdi på 0,027. Figur 6.33 viser tydelig at alle som har svart at eierne i stor grad er involvert i styrets beslutninger, også har svart at styret i stor grad ivaretar eierne interesser. En slik sammenheng kan tenkes å være rimelig, da involvering gjør at eierne i større grad kan påse at deres interesser ivaretas. På en annen side ser vi i figur 6.33 at svært mange har svart at styret ivaretar eierne interesser i stor grad, selv om eierne er mindre involvert i styrets beslutninger. I tillegg har samtlige respondenter svart på spørsmål 24 at eierne interesser ivaretas i stor eller noen grad, som gjør at analysen av sammenhengen mellom de to variablene gir noe begrenset informasjon.



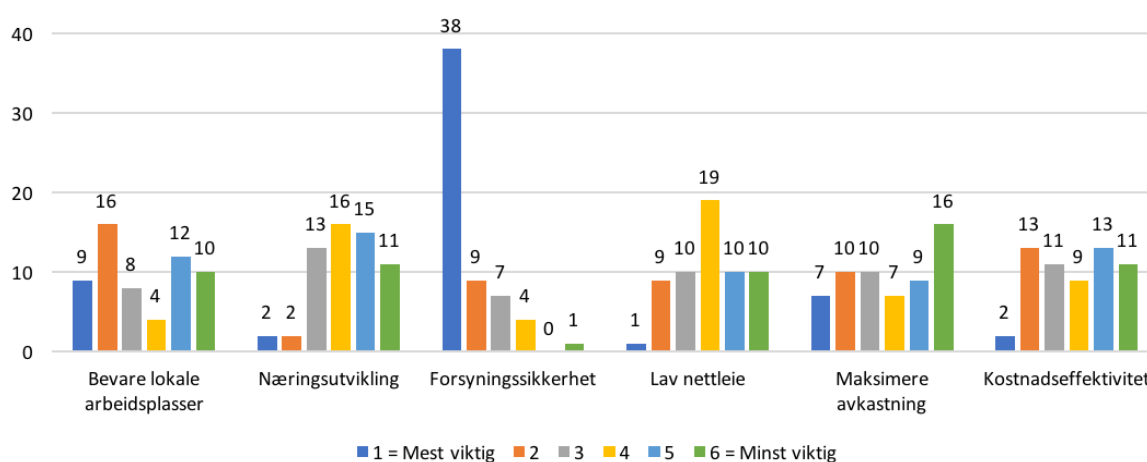
Figur 6.33: Sammenheng mellom i hvilken grad styret ivaretar eiernes interesser og i hvilken grad eierne er involvert i styrets beslutninger

Spørsmål 26: I prioritert rekkefølge, hva mener du er eiernes målsetting? (Ranger alternativene fra 1=mest viktig til 6=minst viktig, ved å flytte de opp eller ned)

Det er interessant å vite hva respondentene mener er eiernes målsettinger da hele 60 av respondentene svarte på spørsmål 23 at de i stor grad er klar over eiernes interesser og formål. Figur 6.34 viser at 38 respondenter anser forsyningssikkerhet som mest viktig, noe som er forenlig med et gjennomsnitt på 1,68 hvor 1 indikerer "Mest viktig". I tabell 6.7 ser vi at næringsutvikling har det høyeste gjennomsnittet på 4,24, samtidig som vi ser i figur 6.34 at svært få har vurdert dette som mest viktig. Det er verdt å bemerke seg at alle alternativene har blitt vurdert som både mest og minst viktig av respondentene totalt, da tabell 6.7 viser at Min = 1 og Maks = 6 for samtlige alternativer. Dette tyder på at respondentenes oppfatning av eiernes målsetting varierer, til tross for at vi ser en tydelig trend for alternativet forsyningssikkerhet. I tabell 6.7 ser vi i kolonnen "Missing" at det er fem manglende verdier for hvert alternativ. Grunnen er at fem respondenter ikke har endret rekkefølge på alternativene i undersøkelsen, og det har derfor blitt registrert som manglende svar. Dette er en svakhet ved undersøkelsens utforming, da vi ikke vet om de fem respondentene lot være å endre rekkefølge fordi de ville unngå å svare, eller om de var enige i den opprinnelige rekkefølgen. Analysen vil dermed bære preg av at fem respondenter mangler, uten informasjon om hvorvidt de har ønsket å svare eller ikke.

Skala: 1 = Mest viktig, 6 = Minst viktig	N	Gj.snitt	Min	Maks	Missing
Bevare lokale arbeidsplasser	59	3,41	1	6	5
Næringsutvikling	59	4,24	1	6	5
Forsyningssikkerhet	59	1,68	1	6	5
Lav nettleie	59	3,98	1	6	5
Maksimere avkastning	59	3,83	1	6	5
Kostnadseffektivitet	59	3,86	1	6	5

Tabell 6.7: Spørsmål 26 - Deskriptiv statistikk

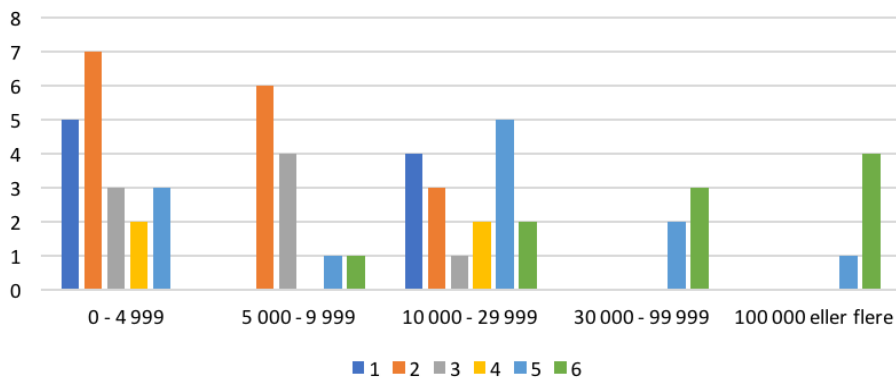


Figur 6.34: Oversikt over hva respondentene mener er eiernes viktigste målsetting

Sammenheng mellom antall kunder og vurdering av eiernes viktigste målsetting

Korrelasjonstesten gamma avdekker signifikante sammenhenger mellom antall kunder og fire av de seks målsettingene. Den eneste sterke sammenhengen finnes for alternativet “bevare lokale arbeidsplasser”, med en korrelasjonskoeffisient på 0,537 og en p-verdi på 0,000. Ikke overraskende viser figur 6.35 tydelig at det er de små selskapene som vurderer bevaring av lokale arbeidsplasser som mest viktig, mens de store selskapene mener dette er lite viktig. Likevel ser vi at ingen respondenter i gruppen 5 000 - 9 999 kunder har vurdert bevaring av lokale arbeidsplasser som mest viktig, til tross for at det var denne gruppen som i minst grad hadde vært i en oppkjøps- eller fusjonsprosess de siste fem årene. De andre målsettingene som har en signifikant sammenheng med antall kunder er næringsutvikling, lav nettleie og kostnadseffektivitet. Næringsutvikling vurderes som noe mer viktig av mindre selskap, mens lav nettleie og kostnadseffektivitet har negativ korrelasjon med antall kunder

og vurderes dermed som noe mer viktig av større selskap. Disse sammenhengene har en svak effekt, og kommer derfor ikke veldig tydelig frem i en figur. Resultatene finnes i sin helhet i appendiks K, og er illustrert i figurene M.1 til M.3 i appendiks M.



Figur 6.35: Vurdering av målsettingen "bevare lokale arbeidsplasser", basert på kategoriene for antall kunder

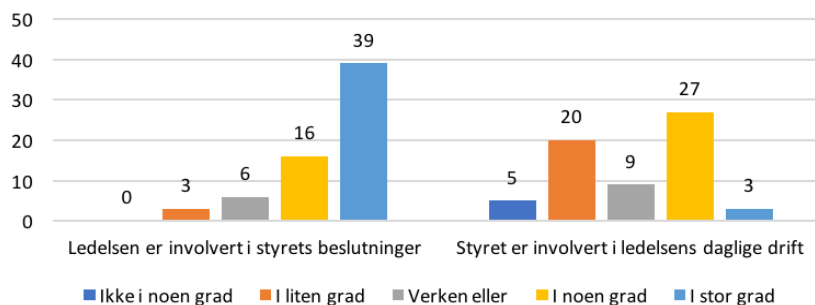
Spørsmål 27: I hvilken grad mener du nettselskapets ledelse er involvert i styrets beslutninger?

Spørsmål 28: I hvilken grad mener du styret er involvert i ledelsens daglige drift av nettselskapet?

Som tidligere nevnt bør det være en viss uavhengighet mellom selskapets styre og ledelse, og det er derfor interessant å undersøke graden av involvering mellom disse partene. Figur 6.36 viser at 39 respondenter mener nettselskapets ledelse i stor grad er involvert i styrets beslutninger, mens kun 3 respondenter mener at styret i stor grad er involvert i ledelsens daglige drift. Det er fem respondenter som har svart at de ikke i noen grad mener at styret er involvert i ledelsens daglige drift, i tillegg til 20 respondenter som har svart "I liten grad". Tabell 6.8 viser et gjennomsnitt på 4,42 for spørsmål 27, og at ingen har svart "Ikke i noen grad" på dette spørsmålet. Spørsmål 28 derimot har et lavere gjennomsnitt på 3,05 hvor hele skalaen fra 1 til 5 er benyttet. Resultatene kan tyde på at nettselskapets ledelse er mer involvert i styrets beslutninger enn omvendt, til tross for at vi ser at 27 personer har svart at styret i noen grad er involvert i den daglige driften. Med tanke på at et styreverv gjerne kommer i tillegg til medlemmenes øvrige arbeid, er det kanskje naturlig at den daglige ledelsen er mer involvert i beslutninger som tas i styret enn omvendt. Korrelasjonsmålet gamma avdekket ingen signifikant sammenheng mellom antall kunder og verken spørsmål 27 eller 28.

Skala: 1 = Ikke i noen grad, 5 = I stor grad	N	Gj.snitt	Min	Maks
I hvilken grad mener du nettselskapets ledelse er involvert i styrets beslutninger?	64	4,42	2	5
I hvilken grad mener du styret er involvert i ledelsens daglige drift av nettselskapet?	64	3,05	1	5

Tabell 6.8: Spørsmål 27 og 28 - Deskriptiv statistikk



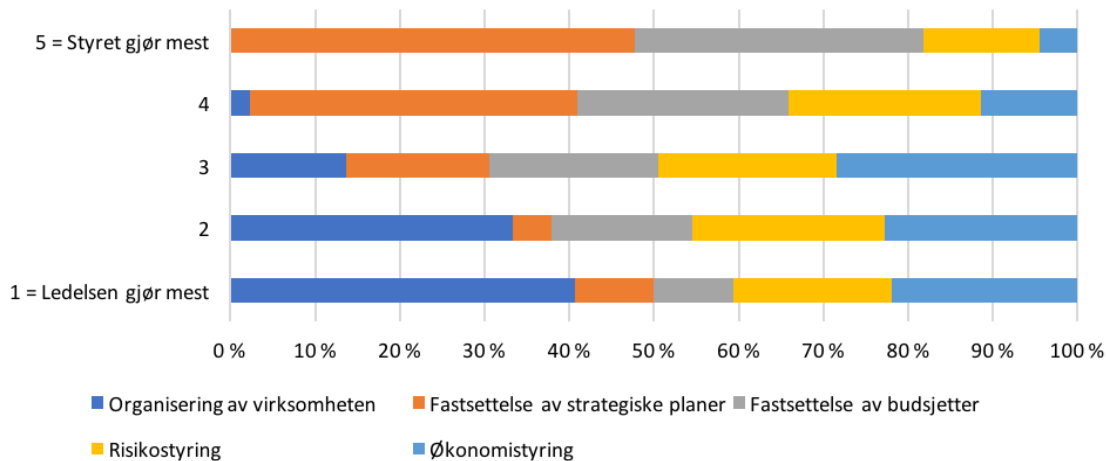
Figur 6.36: Oversikt over skalafordeling for spørsmål 27 og 28

Spørsmål 29: Etter ditt syn, hvordan er arbeidsfordelingen mellom styret og nettselskapets ledelse?

Etter å ha kartlagt involvering mellom ledelsen og styret vil det være spennende å undersøke hvordan respondentene oppfatter at arbeidsfordelingen mellom partene er, knyttet til de fem alternativene nevnt i tabell 6.9. Figur 6.37 viser at respondentene mener ledelsen gjør mest knyttet til organisering av virksomheten, risikostyring, og økonomistyring, mens styret gjør mest angående fastsettelse av strategiske planer. Respondentene mener videre at det er relativt lik fordeling mellom styret og ledelsen ved fastsettelse av budsjetter. For “organisering av virksomheten” er skalaen kun benyttet fra 1 til 4, noe som forsterker indikasjonen om at ledelsen gjør mest. Tabell 6.9 viser at et fåtall respondenter har svart “Vet ikke / Ønsker ikke å svare”, og dermed ikke har vurdert arbeidsfordelingen knyttet til gjeldende alternativ. Etter å ha mottatt flere kommentarer i undersøkelsen er det verdt å nevne at spørsmålsstillingen kan ha svakheter som gjør at spørsmål 29 oppfattes som uklart. Det ble blant annet nevnt følgende: “Administrasjonen har ansvaret for å legge til rette på alle disse punktene, men det er til syvende og sist styret som tar beslutningen på for eksempel organisering og strategi, mens styret har en “påse-rolle” i forhold til økonomisk styring i form av budsjetter, prognoser og rapportering”. På bakgrunn av ovennevnte uklarheter vil ikke spørsmålet bli benyttet i videre analyser.

Skala: 1 = Ledelsen gjør mest, 5 = Styret gjør mest	N	Gj.snitt	Min	Maks	Vet ikke / Ønsker ikke å svare
Organisering av virksomheten	62	1,82	1	4	2
Fastsettelse av strategiske planer	63	3,70	1	5	1
Fastsettelse av budsjetter	62	3,29	1	5	2
Risikostyring	63	3,73	1	5	1
Økonomistyring	63	2,46	1	5	1

Tabell 6.9: Spørsmål 29 - Deskriptiv statistikk



Figur 6.37: Prosentvis fordeling av skalaen for alternativer knyttet til arbeidsfordeling mellom styret og ledelsen

6.3.5 Energiloven

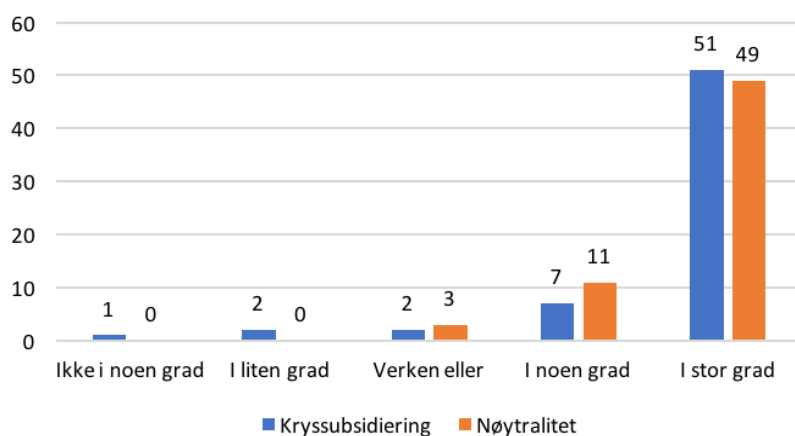
Som nevnt innledningsvis og underveis i oppgaven er et formål med undersøkelsen å kartlegge hvordan styret stiller seg til energilovens krav om selskapsmessig og funksjonelt skille for nettvirksomheter. Denne delen inneholder derfor spørsmål om hvordan styret forholder seg til kryssubsidiering og nøytralitet i selskapet, som kravet om det selskapsmessige og funksjonelle skillet er nært knyttet til. Som det fremkom i delkapittel 6.1 var det én respondent som kun fullførte 79% av undersøkelsen, men som likevel ble inkludert i datasettet. Denne respondenten fullførte til og med forrige del, men har ikke svart på noen spørsmål om energiloven eller endringen av energiloven. Videre i analysen vil det derfor være et maksimalt antall på 63 respondenter for hvert spørsmål.

Spørsmål 30: I hvilken grad mener du styret har fokus på å etterleve kravene knyttet til kryssubsidiering og nøytralitet?

Det første spørsmålet i denne delen omhandler styrets fokus på kravene knyttet til kryssubsidiering og nøytralitet, som innebærer at nettselskap skal opptre nøytralt overfor alle aktører og ikke bedrive kryssubsidiering. I figur 6.38 kommer det tydelig frem at respondentene mener styrene i stor grad har fokus på å etterleve kravene knyttet til kryssubsidiering og nøytralitet. Begge har et høyt gjennomsnitt, vist i tabell 6.10, på 4,67 og 4,73. På spørsmålet knyttet til nøytralitet ble skalaen kun benyttet fra 3 til 5, noe som forsterker at styrene i stor grad har fokus på å etterleve kravet.

Skala: 1 = Ikke i noen grad, 5 = I stor grad	N	Gj.snitt	Min	Maks
Kryssubsidiering	63	4,67	1	5
Nøytralitet	63	4,73	3	5

Tabell 6.10: Spørsmål 30 - Deskriptiv statistikk

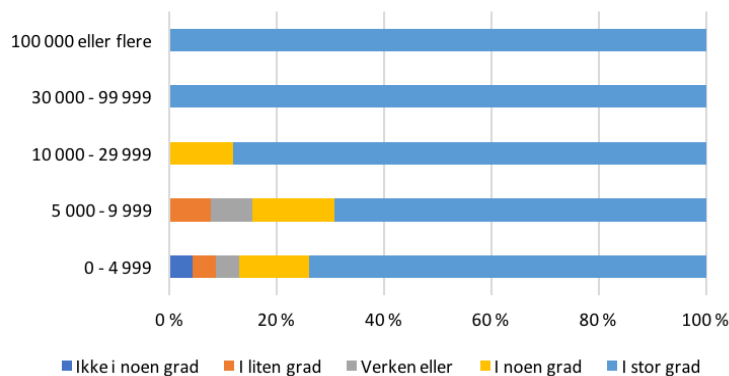


Figur 6.38: Oversikt over styrets fokus på kryssubsidiering og nøytralitet

Sammenheng mellom antall kunder og styrets fokus på kryssubsidiering og nøytralitet

Videre benyttes korrelasjonsmålet gamma for å undersøke eventuelle sammenhenger mellom antall kunder og styrets fokus på kryssubsidiering og nøytralitet. Testen viser en moderat positiv sammenheng mellom antall kunder og styrets fokus på kryssubsidiering, med en korrelasjonskoeffisient på 0,460 og en signifikant p-verdi på 0,038. Dette indikerer at det er styret i de store selskapene som har størst fokus på å etterleve kravet knyttet til

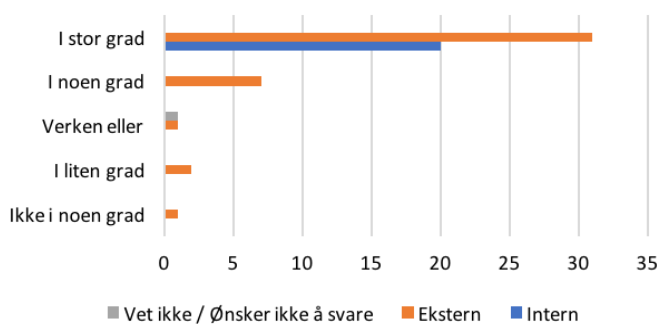
krysssubsidiering, noe som tydelig vises figur 6.39. Det ble derimot ikke avdekket noen signifikant sammenheng mellom antall kunder og styrets fokus på nøytralitet.



Figur 6.39: Prosentvis fordeling av styrets fokus på krysssubsidiering, basert på kategoriene for antall kunder

Sammenheng mellom hvorvidt respondentene er interne eller eksterne styremedlemmer, og styrets fokus på krysssubsidiering og nøytralitet

I tillegg til antall kunder ble det avdekket en interessant sammenheng mellom hvorvidt styremedlemmer er interne eller eksterne og deres fokus på krysssubsidiering. Testen viser en signifikant p-verdi på 0,019, og Cramer's V antyder en sterk sammenheng med verdien 0,544. Som vist i spørsmål 19 er det en stor overvekt av eksterne styremedlemmer, og figur 6.40 viser at mange har stort fokus på å etterleve kravet knyttet til krysssubsidiering. Likevel ser vi at hele skalaen er benyttet av de eksterne medlemmene, mens samtlige interne medlemmer har svart "I stor grad". Dette kan tenkes å være årsaken til at det avdekkes en sterk signifikant sammenheng, selv om det er verdt å bemerke at et stort flertall av de eksterne medlemmene også har svart at de i stor grad har fokus på krysssubsidiering. Det ble ikke avdekket noen signifikant sammenheng knyttet til styrets fokus på nøytralitet.



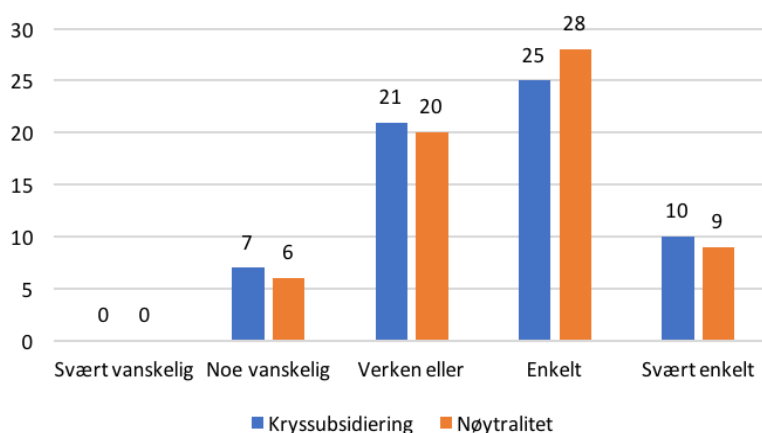
Figur 6.40: Oversikt over interne og eksterne styremedlemmers vurdering av styrets fokus på krysssubsidiering

Spørsmål 31: Etter ditt syn, hvor enkelt eller vanskelig er det for styret å følge opp at nettselskapet etterlever kravene knyttet til kryssubsidiering og nøytralitet?

Etter å ha kartlagt at styrene i stor grad har fokus på å etterleve kravene knyttet til kryssubsidiering og nøytralitet, er det interessant å undersøke om det er enkelt eller vanskelig for styret å påse at nettselskapet overholder dette. I figur 6.41 ser vi en mer jevn fordeling enn i forrige spørsmål. Kryssubsidiering og nøytralitet er vurdert meget likt av respondentene, med gjennomsnitt på henholdsvis 3,60 og 3,63 i tabell 6.11, og flest har svart at det er enkelt for styret å følge opp at kravene etterleves. Det er likevel mange selskap som har svart “Verken eller” og “Noe vanskelig”, noe som er bemerkelsesverdig da det er en stor overvekt av selskap som mener at de i stor grad har fokus på dette. En forklaring kan være at styret har stort fokus nettopp fordi de ikke mener det er direkte enkelt å følge opp, men dette gir ikke datamaterialet informasjon om. Det er ingen respondenter som har oppgitt at det er “Svært vanskelig” å påse at selskapet etterlever kravet til verken kryssubsidiering eller nøytralitet. Videre viser korrelasjonstesten ingen signifikant sammenheng mellom antall kunder og hvor lett eller vanskelig respondentene mener det er for styret å følge opp kryssubsidiering og nøytralitet i nettselskapet.

Skala: 1 = Svært vanskelig, 5 = Svært enkelt	N	Gj.snitt	Min	Maks
Kryssubsidiering	63	3,60	2	5
Nøytralitet	63	3,63	2	5

Tabell 6.11: Spørsmål 31 - Deskriptiv statistikk



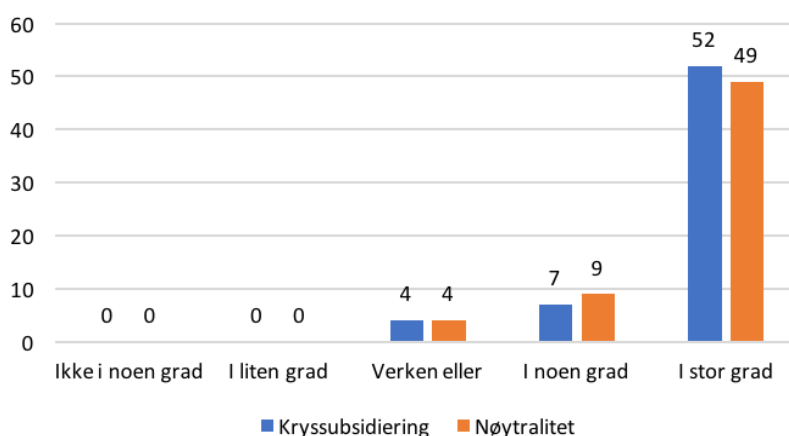
Figur 6.41: Oversikt over hvor enkelt eller vanskelig styret mener det er å følge opp kryssubsidiering og nøytralitet i nettselskapet

Spørsmål 32: I hvilken grad føler du som styremedlem at du har ansvar for at nettselskapet etterlever kravene knyttet til kryssubsidiering og nøytralitet?

Dette spørsmålet er inkludert for å undersøke i hvilken grad respondenten selv føler et ansvar som styremedlem for at disse kravene etterleveres av nettselskapet. Figur 6.42 viser tydelig at respondentene i stor grad føler de har et ansvar for at nettselskapet etterlever kravene knyttet til kryssubsidiering og nøytralitet. Det er mulig det kan være en sammenheng med at de fleste respondentene er styreleder, og derfor føler et ekstra stort ansvar. På en annen side kan vi ikke uttale oss om hva som er årsaken på bakgrunn av resultatene. Som vist i tabell 6.12 er det én respondent som ikke vet eller ikke ønsker å svare på spørsmålet knyttet til nøytralitet. Korrelasjonstesten viser heller ikke for dette spørsmålet noen signifikant sammenheng med antall kunder i selskapet.

Skala: 1 = Ikke i noen grad, 5 = I stor grad	N	Gj.snitt	Min	Maks	Vet ikke / Ønsker ikke å svare
Kryssubsidiering	63	4,76	3	5	0
Nøytralitet	62	4,73	3	5	1

Tabell 6.12: Spørsmål 32 - Deskriptiv statistikk



Figur 6.42: Oversikt over i hvilken grad styremedlemmene føler de har ansvar for at nettselskapet etterlever kravene knyttet til kryssubsidiering og nøytralitet

Utdypende kommentarer til spørsmål 30, 31 og 32

Spørsmålene fra denne delen av undersøkelsen viser at styrene i norske nettselskap generelt har stort fokus på, og føler et ansvar for å påse at kravene knyttet til kryssubsidiering og

nøytralitet overholdes. Det kan tenkes å være positivt for blant annet konkurransen i markedet for både produksjon og omsetning av elektrisk energi. På en annen side er det verdt å nevne at ikke alle mener det er enkelt å følge opp, og at styrets opplevde ansvar ikke nødvendigvis er forenlig med nettselskapenes faktiske etterlevelse av kravene.

Vi ser ut i fra figurer og gjennomsnitt at fordelingen er svært lik for krysssubsidiering og nøytralitet under alle de tre spørsmålene. En grunn til dette kan være at respondentene oppfattet begrepene som like, eller at det er en metodisk svakhet ved at spørsmålene er eksponert rett under hverandre slik at det er enkelt å svare det samme på begge. For å undersøke dette nærmere utførte vi en konvergent faktoranalyse av spørsmål 30, 31 og 32. Hvert av spørsmålene består av to separate spørsmål knyttet til krysssubsidiering og nøytralitet hver for seg. Faktoranalysene støtter antakelsene om at spørsmålene måler samme komponent og dermed kan oppleves som like. Det bør dermed tas i betraktning en mulighet for at spørsmålene knyttet til krysssubsidiering og nøytralitet ikke utelukkende måler hvert av de to begrepene individuelt. En oversikt over faktoranalysen finnes i appendiks G.

6.3.6 Endring av energiloven knyttet til selskapsmessig og funksjonelt skille

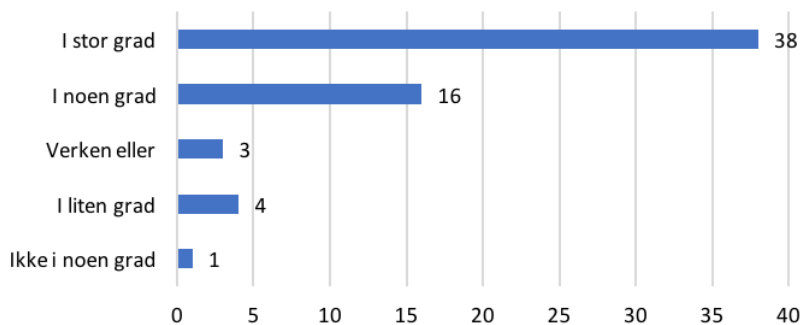
Hensikten med den siste delen av undersøkelsen er å kartlegge hvordan styrene stiller seg til endringen av energiloven i 2021, knyttet til selskapsmessig og funksjonelt skille. At kravene som stilles til nettselskapene angående selskapsmessig og funksjonelt skille blir strengere har vært et mye omtalt tema i nettsektoren helt siden endringsloven ble vedtatt i 2016. Derfor er det interessant å undersøke hva personer i styrene selv mener om endringen, og hvorvidt de vurderer det som hensiktsmessig at kravene blir strengere.

Spørsmål 33: I hvilken grad har selskapet startet forberedelser for lovendringen?

Det første spørsmålet tar for seg i hvilken grad selskapene har startet forberedelser mot lovendringen som trer i kraft i 2021. Figur 6.43 viser at 38 respondenter svarer at de i stor grad har startet forberedelser, mens kun én respondent svarer at de ikke i noen grad har startet. Gjennomsnittet for svarene er på 4,39, som vist i tabell 6.13. Dette innebærer at gjennomsnittet ligger nærmest gruppen “I noen grad”, og vi kan tolke det slik at de fleste til en viss grad har begynt å forberede seg på at energiloven skal endres.

Skala	N	Gj.snitt	Min	Maks	Vet ikke / Ønsker ikke å svare
1 = Ikke i noen grad, 5 = I stor grad	62	4,39	1	5	1

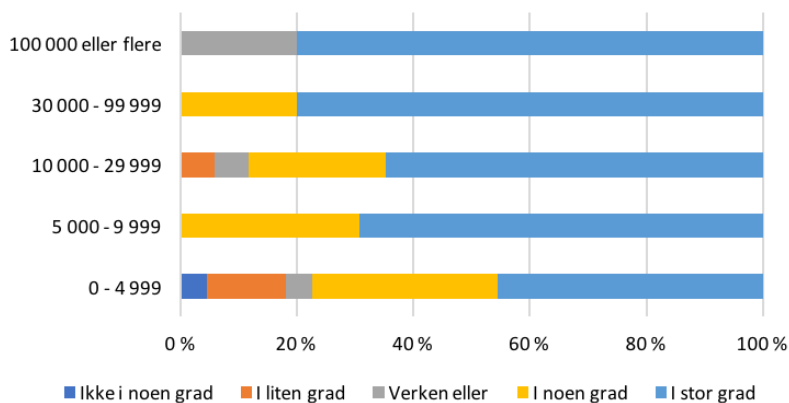
Tabell 6.13: Spørsmål 33 - Deskriptiv statistikk



Figur 6.43: Oversikt over i hvilken grad selskapene har startet forbereder til lovendringen

Sammenheng mellom antall kunder og selskapenes forberedelse til lovendringen

Videre viser korrelasjonstesten en signifikant sammenheng mellom antall kunder og i hvilken grad selskapene har begynt å forberede seg til at endringsloven trer i kraft. Korrelasjonskoeffisienten gamma antyder en moderat sammenheng mellom variablene, med en verdi på 0,339 og tilhørende p-verdi på 0,045. Figur 6.44 viser at det er de store og mellomstore selskapene som i størst grad har startet forberedelser, og at "Ikke i noen grad" kun er svart av små selskap i kategorien 0 - 4 999 kunder. Det kan tenkes at selskap med færre enn 30 000 kunder har tatt i betraktning at innføring av funksjonelt skille ikke vil være nødvendig, og at det derfor kreves mer forberedelser av de store selskapene.



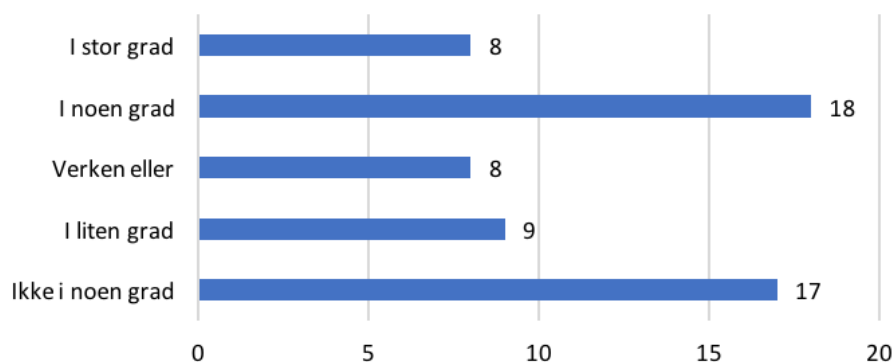
Figur 6.44: Prosentvis fordeling av selskapenes forberedelser til lovendringen, basert på kategoriene for antall kunder

Spørsmål 34: I hvilken grad har lovendringen hatt innvirkning på ønsker/planer om oppkjøp eller fusjon?

På spørsmål 9 svarte flertallet av respondentene at deres selskap ikke hadde vært i en oppkjøps- eller fusjonsprosess de siste fem årene. Videre på spørsmål 10 svarte 18 respondenter at deres selskap har planer om fusjon eller oppkjøp i løpet av de neste tre årene, i tillegg til 14 selskap som har ønsker om det. På bakgrunn av dette ønsker vi å undersøke om lovendringen kan ha hatt en innvirkning på selskapenes ønsker eller planer om oppkjøp eller fusjon i tiden fremover. Figur 6.45 viser en fordeling som indikerer at selskapene stiller seg svært ulikt til spørsmålet. Det er kun åtte respondenter som har svart at de i stor grad mener lovendringen har hatt en innvirkning på deres ønsker eller planer om oppkjøp eller fusjon. Videre har 18 respondenter svart at det i noen grad har hatt en innvirkning, mens 17 respondenter derimot har svart "Ikke i noen grad". Tabell 6.14 viser i tillegg at tre respondenter har valgt å ikke svare. Vi ser dermed ikke en entydig tendens til at lovendringen har hatt innvirkning på selskapenes ønsker eller planer om oppkjøp eller fusjon, men det er likevel en betydelig andel av selskapene som oppgir at det i noen eller stor grad har hatt en innvirkning.

Skala	N	Gj.snitt	Min	Maks	Vet ikke / Ønsker ikke å svare
1 = Ikke i noen grad, 5 = I stor grad	60	2,85	1	5	3

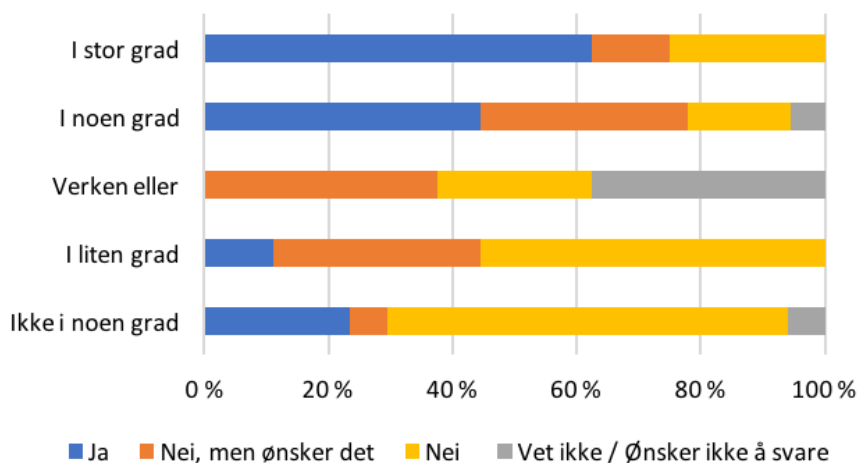
Tabell 6.14: Spørsmål 34 - Deskriptiv statistikk



Figur 6.45: Oversikt over i hvilken grad lovendringen har hatt innvirkning på ønsker eller planer om oppkjøp eller fusjon

Sammenheng mellom lovendringens innvirkning på oppkjøps- eller fusjonsplaner, og planer om oppkjøp eller fusjon de neste tre årene

Det kan tenkes at selskapene som mener at lovendringen i større grad har hatt innvirkning på ønsker eller planer om oppkjøp eller fusjon, har en sammenheng med at selskapene planlegger dette i løpet av de neste tre årene. Signifikanstesten bekrefter at det er en sammenheng mellom de to variablene, med en p-verdi på 0,005. Videre viser Cramer's V en moderat styrke på effekten, med verdien 0,400. Nullhypotesen kan dermed forkastes, og de to variablene kan sies å være avhengige. Testen gir likevel ingen informasjon om hvorvidt antakelsene stemmer, om at det er de som planlegger fusjon som i størst grad mener at lovendringen har hatt en innvirkning på dette. Figur 6.46 viser at den største andelen respondenter som har svart at de planlegger oppkjøp eller fusjon innen de neste tre årene, befinner seg i gruppen som indikerer at lovendringen i stor grad har hatt innvirkning på selskapets ønsker eller planer om fusjon. Videre ser vi at den største andelen selskaper som ikke planlegger oppkjøp eller fusjon mener at lovendringen ikke i noen grad har hatt innvirkning på deres ønsker eller planer om dette. På grunn av spørsmålenes målenivå er det ikke mulig å fastslå en positiv eller negativ sammenheng mellom de to variablene, men figur 6.46 viser likevel at ovennevnte antakelse til en viss grad stemmer.



Figur 6.46: Prosentvis fordeling av om selskapene planlegger oppkjøp eller fusjon, basert på i hvilken grad de mener lovendringen har hatt innvirkning på ønsker eller planer om oppkjøp eller fusjon

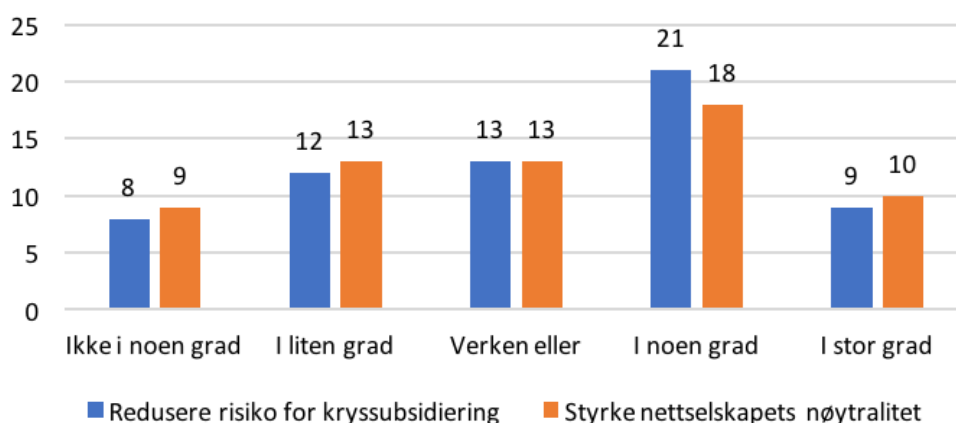
Spørsmål 35: I hvilken grad mener du lovendringen er hensiktsmessig for å redusere risiko for kryssubsidiering?

Spørsmål 36: I hvilken grad mener du lovendringen er hensiktsmessig for å styrke nettselskapets nøytralitet?

Selv om deler av formålet med lovendringen er å redusere risiko for kryssubsidiering og styrke nettselskapets nøytralitet, er det interessant å undersøke hvorvidt nettselskapene selv mener en slik lovendring er et hensiktsmessig tiltak. Figur 6.47 viser at svarene er jevnt fordelt ut over hele skalaen, med en liten overvekt på “I noen grad”. Det er relativt mange som har svart “I stor grad”, noe som indikerer at nesten halvparten av selskapene i utvalget vurderer lovendringen som hensiktsmessig, i ovennevnte forstand, i noen eller stor grad. Vi ser også her, som i spørsmål 30, 31 og 32, at kryssubsidiering og nøytralitet er vurdert svært likt av respondentene, noe som underbygges av de to gjennomsnittene i tabell 6.15. Dette kan som nevnt være en svakhet ved spørsmålene.

Skala: 1 = Ikke i noen grad, 5 = I stor grad	N	Gj.snitt	Min	Maks
Redusere risiko for kryssubsidiering	63	3,17	1	5
Styrke nettselskapets nøytralitet	63	3,11	1	5

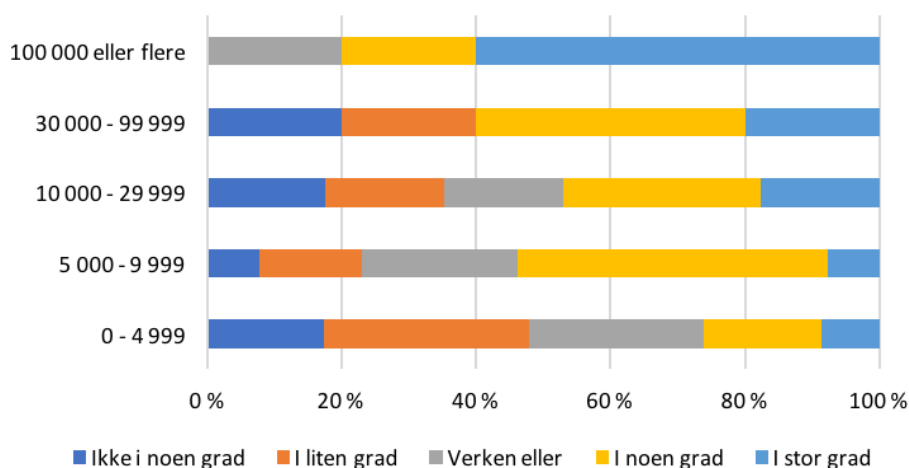
Tabell 6.15: Spørsmål 35 og 36 - Deskriptiv statistikk



Figur 6.47: Oversikt over respondentenes vurdering av lovendringens hensiktsmessighet knyttet til kryssubsidiering og nøytralitet

Sammenheng mellom antall kunder og lovendingens hensiktsmessighet for å styrke nettselskapets nøytralitet

Figur 6.48 viser at det er selskapene med flere enn 100 000 kunder som i størst grad mener at lovendingen er hensiktsmessig for å styrke nettselskapets nøytralitet. Denne gruppens vurdering skiller seg fra selskapene i de resterende størrelseskategoriene, hvor svarene er mer jevne og spredt utover skalaen. Korrelasjonsmålet gamma støtter at det er en moderat positiv sammenheng mellom antall kunder og lovendingens hensiktsmessighet for styrket nøytralitet, med en korrelasjonskoeffisient på 0,304 og tilhørende signifikante p-verdi på 0,026. Det ble ikke avdekket noen signifikant sammenheng mellom antall kunder og lovendingens hensiktsmessighet for redusert kryssubsidiering.

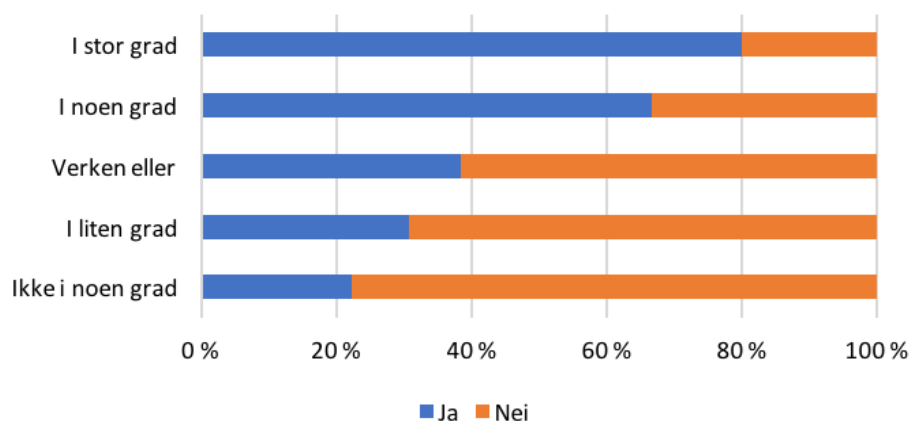


Figur 6.48: Prosentvis fordeling av lovendingens hensiktsmessighet for styrket nøytralitet, basert på kategoriene for antall kunder

Sammenheng mellom konsernstruktur og lovendingens hensiktsmessighet for å styrke nettselskapets nøytralitet

Videre er et annet spennende forhold om konsernstruktur har noen sammenheng med respondentenes vurdering av lovendingens hensiktsmessighet. Det viste seg å være en signifikant sammenheng knyttet til å styrke nettselskapets nøytralitet, hvor Fisher's Exact Test har en p-verdi på 0,028. Cramer's V antyder en moderat styrke på sammenhengen, med en verdi på 0,417. Figur 6.49 viser at prosentandelen av selskap med konsernstruktur øker nærmest lineært på skalaen fra "Ikke i noen grad" til "I stor grad". Av de som har svart "I stor grad" er hele 80% en del av et konsern, mens kun litt over 20% med konsernstruktur har svart "Ikke i noen grad". Det er tydelig at respondentene fra selskap med konsernstruktur

vurderer lovendringen som betraktelig mer hensiktsmessig for å styrke nettselskapets nøytralitet, enn selskap som ikke er en del av et konsern. Det ble derimot ikke avdekket noen signifikant sammenheng mellom konsernstruktur og lovendringens hensiktsmessighet for å redusere risiko for krysssubsidierting.



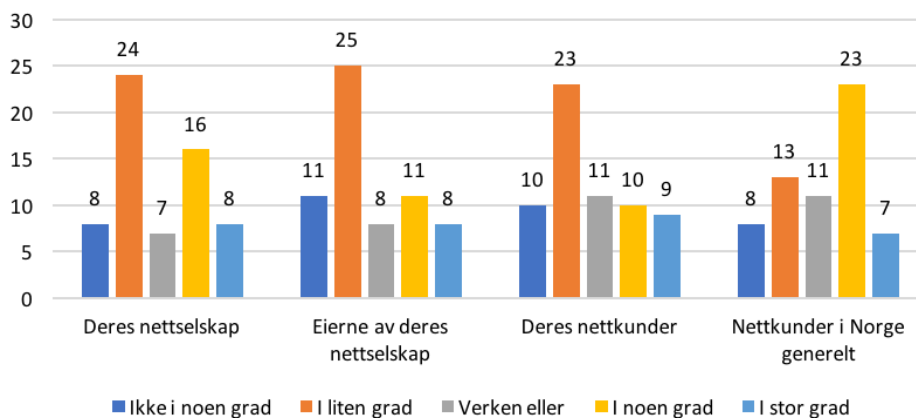
Figur 6.49: Sammenheng mellom om selskapet er en del av et konsern, og vurdering av lovendringens hensiktsmessighet for styrket nøytralitet

Spørsmål 37: I hvilken grad mener du lovendringen er hensiktsmessig for: deres nettselskap, eierne av deres nettselskap, deres nettkunder og nettkunder i Norge generelt?

Undersøkelsens siste spørsmål består av 4 delspørsmål, og har som hensikt å kartlegge hvem respondentene mener endringen av energiloven er mest hensiktsmessig for. Det er flere som kan bli påvirket av at kravet til selskapsmessig og funksjonelt skille blir strengere, enten direkte eller indirekte. I figur 6.50 ser vi at et flertall respondenter mener lovendringen i liten grad er hensiktsmessig for eget selskap, eierne av selskapet, og egne nettkunder. For nettkunder i Norge generelt mener flertallet derimot at lovendringen i noen grad er hensiktsmessig, og det er ellers en relativt jevn fordeling over skalaen for alle alternativene. Tilsvarende er gjennomsnittene i tabell 6.16 relativt jevne, med unntak av “nettkunder i Norge generelt” som scorer noe høyere enn de andre alternativene. Hva som er grunnen til at lovendringen vurderes som mer hensiktsmessig for nettkunder i Norge generelt enn for egne kunder har vi ikke informasjon om, men det er likevel en interessant observasjon.

Skala: 1 = Ikke i noen grad, 5 = I stor grad	N	Gj.snitt	Min	Maks	Vet ikke / Ønsker ikke å svare
Deres nettselskap	63	2,87	1	5	0
Eierne av deres nettselskap	63	2,68	1	5	0
Deres nettkunder	63	2,76	1	5	0
Nettkunder i Norge generelt	62	3,13	1	5	1

Tabell 6.16: Spørsmål 37 - Deskriptiv statistikk



Figur 6.50: Oversikt over respondentenes vurdering av lovendringens hensiktsmessighet for selskapet, eiere og kunder

På bakgrunn av spørsmål 35, 36 og 37 kan det tyde på at det er noe uenighet blant respondentene om i hvilken grad lovendringen er hensiktsmessig, og eventuelt for hvem. Dette vises også blant kommentarer fra spørreundersøkelsen, hvor en respondent kommenterer følgende: “Jeg mener krav om funksjonelt skille er bra for alle, men når man unntar selskaper under 30 000 kunder reduseres effekten av lovendringen betydelig”. Det kan virke som at respondenten mener et funksjonelt skille vil være bra for samtlige selskap, og at det ikke er behov for en grense på 30 000 kunder. På en annen side kommenterer en respondent fra en av de minste gruppene at “Funksjonelt er eit sentraliseringsgrep uønska”. Det kan dermed tyde på at ikke alle ønsker det funksjonelle skillet velkommen, til tross for at deres selskap er under fritaksgrensen på 30 000 kunder.

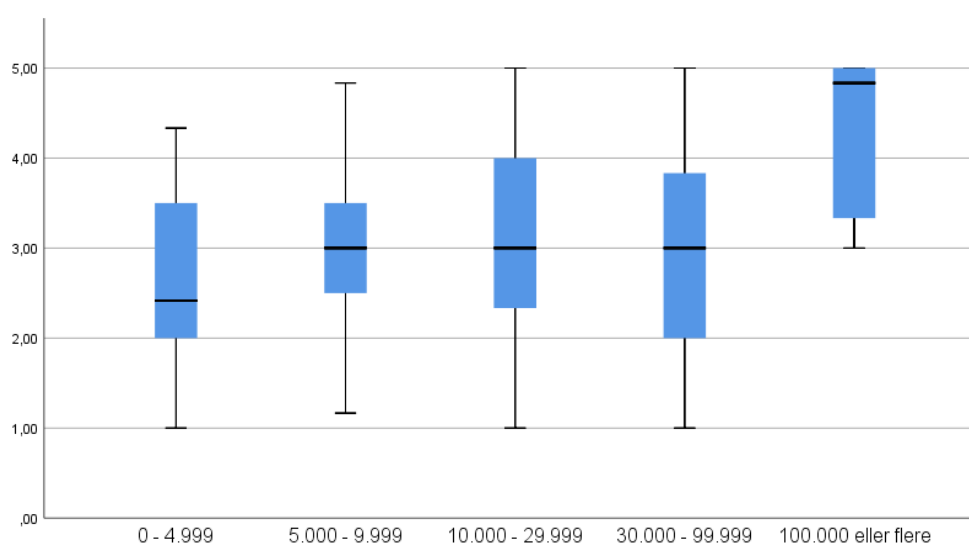
Utdypende kommentarer til spørsmål 35, 36 og 37

Siden både spørsmål 35, 36 og 37 måler begrepet “hensiktsmessighet” ble det laget et sammensatt mål på begrepet i form av en indeks. Deretter ble en konvergent faktoranalyse

benyttet for å kvalitetssjekke indeksen, ved å undersøke om spørsmålene faktisk måler det samme begrepet (Ringdal 2018, 281). Tabellen i appendiks H viser at alle spørsmålene lader over 0,70 på én faktor, som i følge Hair et al. (1998, 112) er et signifikant nivå for faktorladning med et utvalg på 60 respondenter. Med et større utvalg kan faktorladninger på lavere nivåer aksepteres som signifikante, men siden denne undersøkelsen har en utvalgsstørrelse på 64 benyttes 0,70 som den kritiske grensen for signifikans. Det sammensatte målet for lovendringens hensiktsmessighet benyttes videre i analyse av sammenheng med antall kunder.

Sammenheng mellom antall kunder og det sammensatte målet for lovendringens hensiktsmessighet

For å undersøke om det er en sammenheng mellom antall kunder og det sammensatte målet for lovendringens hensiktsmessighet benyttes korrelasjonstesten gamma. Koeffisienten antyder en svak positiv korrelasjon, med en verdi på 0,247 og en p-verdi på 0,047. Det betyr at lovendringen vurderes som noe mer hensiktsmessig av store selskap enn av små og mellomstore selskap. En grunn til dette kan tenkes å være at lovendringen oppleves som mer omfattende for små og mellomstore selskap, da det tidligere i analysen er avdekket at de store selskapene i større grad har selskapsmessig og funksjonelt skille på nåværende tidspunkt. Til tross for at styrken på sammenhengen er svak vises det en antydning til positiv korrelasjon i figur 6.51. Vi ser i tillegg at fordelingen stort sett er symmetrisk, med unntak av den største gruppen med 100 000 kunder eller flere.



Figur 6.51: BoksploTT over respondentenes vurdering av det sammensatte målet for lovendringens hensiktsmessighet, basert på kategoriene for antall kunder

6.4 Oppsummering av analyse

Etter å ha gjennomført deskriptive og statistiske analyser av spørsmålene, ser vi blant annet at det ved flere tilfeller er nevneverdige forskjeller mellom store og små selskap. Det kommer tydelig frem at alle de store selskapene har selskapsmessig skille, mens andelen blant små og mellomstore selskap er betydelig lavere. Det er verdt å nevne at 21% av selskapene som ikke har selskapsmessig skille heller ikke planlegger å innføre det i løpet av de neste tre årene. Vi har imidlertid ingen informasjon om hva som er grunnen til at de ikke planlegger å innføre selskapsmessig skille. Samtlige selskap med flere enn 100 000 kunder har funksjonelt skille, som følge av energilovens nåværende krav, mens andelen i de resterende størrelseskategoriene ligger på rundt 20%. Andelen selskap som ikke har funksjonelt skille og heller ikke planlegger å innføre det er betydelig større enn for det selskapsmessige skillet, på hele 58%. Dette er naturlig med tanke på omstendighetene rundt kravet om det funksjonelle skillet, som har vært mye diskutert.

Videre ble det avdekket at det er de store selskapene som i størst grad har vært i en oppkjøps- eller fusjonsprosess de siste fem årene, og i størst grad ønsker eller planlegger en oppkjøps- eller fusjonsprosess de neste tre årene. En stor del av respondentene i kategorien 10 000 - 29 999 kunder har også svart at de har ønsker eller planer om en fremtidig oppkjøps- eller fusjonsprosess, mens de to minste gruppene i stor grad svarer "Nei" og "Vet ikke / Ønsker ikke å svare". Av de selskapene som oppgir at lovendringen i noen eller stor grad har hatt innvirkning på selskapets ønsker eller planer om oppkjøp eller fusjon, har nærmere 80% svart at de har ønsker eller planer om dette de neste tre årene.

Det kommer frem i analysen at store selskap utelukkende er organisert som egne selskap og har konsernstruktur, men at styremedlemmer i de store selskapene i liten grad er en del av konsernstyret. I de små og mellomstore selskapene derimot er organisering og konsernstruktur mer varierende, og minst 50% av selskapene med konsernstruktur svarer at styremedlemmer samtidig er medlem i konsernstyret. Likevel svarer flertallet av respondentene fra selskap med konsernstruktur generelt at beslutninger knyttet til drift og investeringer i hovedsak tas i nettselskapets styre. Flertallet av respondentene oppgir videre at de ulike typene kompetanse i spørsmål 22 i stor eller noen grad er representert i selskapets styre, med unntak av juridisk kompetanse som i betydelig mindre grad er representert. Med tanke på at nettsektoren er en komplisert bransje som er strengt regulert, kunne det tenkes å

være et større behov for juridisk kompetanse i styrene enn det som fremkommer i undersøkelsen.

Selskapene mener at de i stor grad er klar over og ivaretar eiernes interesser, selv om eiernes involvering i styrets beslutninger har en mer varierende vurdering blant respondentene. Det fremkommer i analysen at respondentene som mener at eierne i stor grad er involvert i styrets beslutninger, også mener at styret i stor grad ivaretar eiernes interesser. Dette kan anses som en rimelig sammenheng da involvering fører til at eierne i større grad kan påse at deres interesser blir ivaretatt. Likevel er det mange som mener at styret ivaretar eiernes interesser i stor grad, selv om de oppgir at eierne er mindre involvert.

Videre avdekkes det at styrene generelt i stor grad har fokus på å etterleve kravene knyttet til kryssubsidiering og nøytralitet, og at de store selskapene i aller størst grad har fokus på kryssubsidiering. Det fremkommer i analysen at de eksterne styremedlemmene har større fokus på kryssubsidiering enn de interne medlemmene. Flertallet mener at det er enkelt eller svært enkelt å følge opp at kravene knyttet til kryssubsidiering og nøytralitet etterleveres i nettselskapene, men det er også en del respondenter som har svart “Noe vanskelig” og “Verken eller”. Det er generelt stor enighet blant respondentene om at de føler et ansvar som styremedlem for å følge opp kravene knyttet til kryssubsidiering og nøytralitet.

Analysen viser varierende vurderinger av lovendringens hensiktsmessighet for å redusere risiko for kryssubsidiering og styrke nettselskapets nøytralitet. Det er selskapene med flere enn 100 000 kunder som i størst grad mener lovendringen er hensiktsmessig for å styrke nøytralitet, mens selskapene fra de resterende kategoriene er mer spredt utover skalaen. Videre vurderer selskapene som har konsernstruktur lovendringen som hensiktsmessig for å styrke nøytralitet i større grad enn de som ikke er en del av et konsern. Når det gjelder hvem respondentene mener lovendringen er hensiktsmessig for, tyder det på at de generelt mener lovendringen er relativt lite hensiktsmessig for eget selskap, eierne av selskapet og egne nettkunder. For nettkunder i Norge generelt er lovendringen vurdert som noe mer hensiktsmessig, selv om det også her er en del variasjon i respondentens svar.

7. Konklusjon

Avhandlingens overordnede formål er å kartlegge styrene i norske nettselskap, og deres syn på energilovens krav om selskapsmessig og funksjonelt skille. Videre er det tatt utgangspunkt i følgende problemstilling: *Hvilken rolle og funksjon har styrene i norske nettselskap, og hvordan stiller de seg til energilovens krav om selskapsmessig og funksjonelt skille, samt endringen av kravet som trer i kraft i 2021?*

For å svare på problemstillingen og de fem underspørsmålene, kan vi først og fremst konkludere med at alle de store selskapene har selskapsmessig skille på nåværende tidspunkt. Blant de små og mellomstore selskapene som ikke har selskapsmessig skille er det en femtedel som ikke planlegger å innføre skillet før lovendringen trer i kraft i 2021, til tross for at det vil bli pålagt for alle nettselskaper. Samtlige selskap med flere enn 100 000 kunder har funksjonelt skille, mens over halvparten av selskapene som ikke har funksjonelt skille heller ikke har planer om å innføre dette.

Det er stor uenighet blant nettselskapene om i hvilken grad lovendringen som innebærer strengere krav til selskapsmessig og funksjonelt skille er hensiktsmessig. På bakgrunn av resultatene kan vi konkludere med at selskapene med flere enn 100 000 kunder, samt selskap med konsernstruktur, i størst grad mener lovendringen er hensiktsmessig for å styrke nettselskapenes nøytralitet. Når det gjelder lovendringens hensiktsmessighet generelt fremkommer det at de største selskapene vurderer den som noe mer hensiktsmessig enn mindre selskap, og at den vurderes som mer gunstig for nettkunder i Norge generelt enn for egne kunder, selskapet og eierne. Det er en interessant observasjon at lovendringen vurderes som mer hensiktsmessig for nettkunder i Norge generelt, enn for egne nettkunder. Vi har ikke informasjon om hva som er grunnen til dette, men en mulighet er at det kan sees i sammenheng med at mange selskap vurderer lovendringen som lite gunstig for sitt eget selskap som helhet, og deriblant kundene av selskapet. Videre tyder det på at det er uenighet blant respondentene om hva lovendringen bør innebære, spesielt knyttet til det funksjonelle skillet. Kommentarer fra undersøkelsen tilsier at store selskap mener det funksjonelle skillet bør gjelde alle selskaper, uten unntak, mens små selskap mener det er et uønsket og byråkratisk tiltak. Det vil dermed være utfordrende å komme frem til en type regulering som ivaretar de samfunnsmessige målene for nettsektoren, og samtidig tilfredsstiller nettselskapenes ønsker.

Antall sammenslåinger i nettsektoren har fortsatt å øke etter at endringsloven til energiloven ble vedtatt i 2016. Ut fra resultatene i undersøkelsen kan vi konkludere med at det er de store selskapene som i størst grad har vært i en oppkjøps- eller fusjonsprosess de siste fem årene, i tillegg til at det er de store selskapene som i størst grad har ønsker eller planer om oppkjøp eller fusjon de neste tre årene. Det kan tenkes at store selskap i større grad ønsker å fusjonere i tiden fremover, da de uansett vil overskride fritaksgrensen for det funksjonelle skillet. Derimot er det mulig at små og mellomstore selskap i mindre grad vil ønske å fusjonere, slik at de ikke overgår fritaksgrensen for skillet. Kommentarer fra undersøkelsen antyder at enkelte selskap nærmest føler seg presset til fusjon, på grunn av utviklingen i rammebetingelser for nettselskapene som justeres slik at selskapene får insentiver til å slå seg sammen.

Videre kan vi konkludere med at det er få styremedlemmer som deltar i nettselskapets daglige ledelse, noe som tyder på at styret i stor grad er uavhengig av ledelsen slik at de kan fungere som en kontrollfunksjon. På en annen side fremkommer det i resultatene at styret som helhet i noen grad er involvert i ledelsens daglige drift av selskapet, og at ledelsen i større grad er involvert i styrets beslutninger. Med andre ord kan det tenkes at ledelsen har innflytelse på styrets arbeid, og at styrets uavhengighet fra ledelsen dermed må vurderes ut fra flere faktorer. Resultatene viser videre at eierne i ulik grad er involvert i styrets beslutninger, men at det likevel er enighet blant respondentene om at styret i stor grad er klar over og ivaretar eiernes interesser. Det tyder dermed på at selv om eiernes involvering har en positiv sammenheng med styrets bevissthet og ivaretagelse av eiernes interesser, er ikke dette en forutsetning for at interessene ivaretas.

Av selskapene som er en del av et konsern oppgir litt over halvparten at styremedlemmer fra nettselskapet samtidig deltar i konsernstyret. Dette kan anses som et brudd på det funksjonelle skillet etter at lovendringen trer i kraft i 2021, og det vil dermed innebære omstillinger for selskapene som har styremedlemmer som både er en del av nettselskapets og konsernets styre. Resultatene viser at det nærmest utelukkende er små og mellomstore selskap som har styremedlemmer som samtidig er med i konsernstyret, og at det nødvendigvis ikke vil medføre store endringer med en fritaksgrense på 30 000 kunder. Dersom målet med endringsloven §§ 4-6 og 4-7 er at nettselskap skal være adskilt fra all annen virksomhet, tyder det på at det er et reelt behov for strengere krav til funksjonelt skille, og at en unntaksgrense på 30 000 kunder sannsynligvis ikke vil medføre særlig store endringer i nettsektoren fra nåværende situasjon.

Avslutningsvis bør det nevnes at undersøkelsens eksterne validitet er noe svak, og at muligheten til å generalisere resultatene til hele populasjonen dermed er noe begrenset. Likevel fremkommer det at utvalget er svært representativt for populasjonens fordeling av antall kunder. Vi konkluderer derfor med at avhandlingen gir en god representasjon av populasjonen med tanke på antall kunder i selskapene, men vi kan ikke uttale oss om potensielle skjevheter på andre områder.

7.1 Avhandlingens bidrag

Bakgrunnen for masterutredningen har vært et ønske om å bidra med ny innsikt innenfor den norske nettsektoren, som er en spennende og komplisert bransje. Det har tidligere blitt gjort lite forskning rundt hva som kjennetegner styrene i nettsektoren, og hvilken kompetanse, rolle og funksjon styremedlemmene har. Studiens vinkling mot det selskapsmessige og funksjonelle skillet er et svært dagsaktuelt tema, på grunn av lovendringen som ble vedtatt i 2016 og trer i kraft i 2021. Vi håper dermed at avhandlingens resultater kan bidra til å gi en oversikt over hvordan nettselskapene selv opplever en slik lovendring, og hvorvidt de mener det er et hensiktsmessig tiltak. Videre ønsker vi at resultatene blant annet skal gi innsikt i involveringen mellom styret og ledelsen, samt styrets fokus på kravene knyttet til krysssubsidiering og nøytralitet i nettselskapet. Vi håper i tillegg at utredningen vil være et interessant bidrag til Elbench-prosjektet, som er i ferd med å avsluttes ved utgangen av 2018.

7.2 Utfordringer og begrensninger

Underveis i arbeidet med masterutredningen oppstod ulike utfordringer og begrensninger som er verdt å påpeke. Vi hadde blant annet problemer med å finne e-postadresse til styreleder i nettselskapene, og måtte derfor kontakte selskapenes kontaktadresse eller kundeservice for å forespørre kontaktinformasjon til styreleder. Det var dessverre ikke alle selskapene som besvarte henvendelsen vår, til tross for at vi sendte to forespørsler. Optimalt sett skulle undersøkelsen vært sendt til alle nettselskapene i populasjonen, men da vi ikke lyktes med å komme i kontakt med alle selskapene ble bruttoutvalget et resultat av hvilke selskap vi fikk tak i. Deretter var det opp til hvert enkelt selskap om de ønsket å svare på spørreundersøkelsen, og nettoutvalget bærer derfor preg av at det kan være systematiske skjevheter.

En annen begrensning er undersøkelsens anonymitet, som gjorde det vanskeligere å sende påminnelse til respondentene som ikke svarte. Dersom vi hadde hatt en oversikt over hvem som ikke besvarte undersøkelsen kunne det blitt sendt flere og mer tilpassede påminnelser til de aktuelle selskapene. I tillegg kan det ikke vites med sikkerhet at ingen respondenter har svart flere ganger. Vi antar likevel at dette ikke er sannsynlig, da undersøkelsen ble sendt direkte til styreleder som i de aller fleste tilfellene valgte å svare selv. Vi antar at respondentene ikke svarte mer enn én gang da undersøkelsen var aktiv i et relativt kort tidsrom, og påminnelsen ble sendt kun én uke etter selve spørreskjemaet.

Oppgavens avgrensning i tid er en naturlig begrensning i studien, da det blant annet ikke var tid til å gjøre en longitudinell undersøkelse. Vi har derfor ikke mulighet til å uttale oss om utvikling over tid. Avhandlingens begrensninger i tid og ressurser medførte i tillegg at studien er begrenset til en kvantitativ tilnærming, noe som gjør at undersøkelsen mangler dypere innsikt om hva som ligger bak resultatene. Til tross for at vi er klar over studiens implikasjoner og begrensninger, ser vi den likevel som tilfredsstillende på grunn av oppgavens omfang, samt dens tids- og ressursbegrensninger.

7.3 Forskningsetikk

Ved gjennomføring av en forskningsstudie er det viktig å være oppmerksom på etiske utfordringer som kan forekomme, og gjøre bevisste valg med utgangspunkt i etiske prinsipper. Først og fremst er det vesentlig at deltakere i en undersøkelse ikke skal komme til skade, verken fysisk eller psykisk. I samfunnsvitenskapelig forskning er potensielle skader gjerne langt mindre dramatiske enn ved for eksempel medisinsk forskning. Likevel kan det oppstå etiske dilemmaer, hvor det er viktig å ivareta respondentenes rettigheter og personvern (Jacobsen 2005, 44). Forskningsetikk dreier seg blant annet om at respondentene som deltar i undersøkelsen på forhånd skal informeres om undersøkelsens hensikt og bakgrunn. Dette ble gjort ved at e-posten som ble sendt til styrelederne inneholdt en invitasjon til spørreundersøkelsen hvor ovennevnte ble beskrevet. I tillegg ble dette forklart som første steg i spørreundersøkelsen. Videre vil det være viktig at undersøkelsen er frivillig, og at den kan avbrytes hvis ønskelig (Grønmo 2016, 33). Siden det ble sendt ut en invitasjon til spørreundersøkelsen kunne utvalgsenhetene fritt velge om de ønsket å delta, og med en nettbasert spørreundersøkelse kan de når som helst velge å avbryte undersøkelsen.

For å opprettholde respondentenes anonymitet ble spørreundersøkelsen distribuert med en anonym lenke, slik at svarene ikke kan spores tilbake til respondentene. Det er en styrke ved nettbaserte undersøkelser at respondentenes opplevde anonymitet er høy (Jacobsen 2015, 278). Respondentene skal kunne delta på undersøkelsen med viten om at de ikke kan identifiseres, og at informasjonen som blir gitt kun skal brukes til forskningens formål (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2010, 97). Med et lite utvalg kan det være mulig å identifisere respondentene ut i fra svarene de gir, selv om det ikke registreres personopplysninger eller lignende (Jacobsen 2005, 48). For å unngå muligheten for en slik identifisering i undersøkelsen ble spørsmål om blant annet antall kunder stilt med svaralternativer i intervaller. Dersom respondentene hadde oppgitt et nøyaktig tall på antall kunder kunne svarene blitt koblet til det aktuelle selskapet, noe som ikke er ønskelig i en anonym undersøkelse. I tillegg ble spørsmål om blant annet geografisk plassering ekskludert fra undersøkelsen, da nettsektoren er delt inn slik at kun ett selskap har konsesjon i hvert område. For å sikre full anonymitet ble derfor spørsmål og svaralternativer nøye vurdert, i tillegg til at verken IP-adresse eller geografisk lokasjon ble registrert i Qualtrics.

7.4 Videre forskning

Etter å ha gjennomført kartleggingsundersøkelsen om styrets rolle og funksjon i norske nettselskap, er det fortsatt områder det ville vært interessant å forske videre på. Det kan være av interesse å gjennomføre en kvalitativ studie, med dybdeintervjuer av styreledere fra selskap med ulikt antall kunder. Dette kan gi en dypere innsikt og avdekke hva som ligger bak eventuelle forskjeller mellom små og store selskap. I oppgavens undersøkelse er anonymitet, som nevnt tidligere, en nødvendig begrensning da enkelte spørsmål kan oppleves som sensitiv informasjon for selskapet. I tillegg kunne det være risiko for lav responsrate uten anonymitet. Ved en kvalitativ tilnærming vil ikke anonymitet være en slik begrensning da man har mulighet til å uttale seg om hvem som har svart. Et annet forslag til videre studier er å gjøre en lignende undersøkelse med en longitudinell tidshorisont, for å kartlegge endringer over tid. Denne avhandlingen er som nevnt vinklet mot endringen av kravet om selskapsmessig og funksjonelt skille, som trer i kraft i 2021. Det ville dermed vært spennende å undersøke situasjonen i nettsektoren både før og etter lovendringens ikrafttredelse. En slik oppfølgingsstudie kan gi interessant informasjon om hvilken effekt lovendringen har, på for eksempel selskapenes planer om oppkjøp eller fusjon, samt selskapenes vurdering av lovendringens hensiktsmessighet.

Litteraturliste

- Aksjeloven. *Lov om aksjeselskaper av 13. juni 1997 nr.44*.
<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1997-06-13-44>.
- Altinn. 2018. «Samvirkeforetak (SA)». Lest 4. oktober 2018. <https://www.altinn.no/starte-og-drive/starte/valg-av-organisasjonsform/samvirkeforetak/>.
- Argyrous, George. 2011. *Statistics for Research: With a Guide to SPSS*. 3. utg. London: SAGE Publications Ltd.
- Bjørndal, Endre, Mette Bjørndal og Kari-Anne Fange. 2010. «Benchmarking in Regulation of Electricity Networks in Norway - An Overview». I Bjørndal, Bjørndal, Pardalos og Rönnqvist (red.) *Energy, Natural Resources and Environmental Economics*, 317-342. Berlin: Springer.
- Bjørndal, Endre, Mette Bjørndal, Astrid Cullmann og Maria Nieswand. 2018. «Finding the right yardstick: Regulation of electricity networks under heterogeneous environments». *European Journal of Operational Research*, 265(2): 710-722. Business Source Complete (126063357).
- Burheim, Edda Neramoen og Elise Ivara Dahl. 2016. «Norske nettselskapers tilpasning til den økonomiske reguleringen». Masteroppgave, Norges Handelshøyskole.
- Dey, Ian. 1993. *Qualitative Data Analysis: A User Friendly Guide for Social Science*. London: Routledge.
- Endringslov til energiloven. *Lov om endringer i energiloven (skille mellom nettvirksomhet og annen virksomhet mv.) av 27. mai 2016 nr.18*.
<https://lovdata.no/dokument/LTI/lov/2016-05-27-18>.
- Endringslov til energiloven (tredje energimarkedspakke). *Lov om endringer i energiloven (tredje energimarkedspakke) av 25. mai 2018 nr.21*.
<https://lovdata.no/dokument/LTI/lov/2018-05-25-21>.
- Energifakta Norge. 2017. «Strømnettet». Lest 20. september 2018.
<https://energifaktanorge.no/norsk-energiforsyning/kraftnett/>.
- Energiloven. *Lov om produksjon, omforming, overføring, omsetning, fordeling og bruk av energi m.m. av 29. juni 1990 nr.50*.
<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1990-06-29-50>.
- Fama, Eugene F. og Michael C. Jensen. 1983. «Separation of ownership and Control». *Journal of Law and Economics*. 26, (2): 301-325.
<https://are.berkeley.edu/~cmantinori/prclass/FamaJensen.pdf>.
- Field, Andy. 2009. *Discovering Statistics Using SPSS*. 3. utg. London: SAGE Publications Ltd.

-
- Fornyings-, administrasjons- og kirkedepartementet. «EØS-avtalens regler om offentlig støtte». Veileder (2010). Oslo: Fornyings-, administrasjons- og kirkedepartementet, 2010. https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/fad/vedlegg/konkurransopolitikk/offentlig-stotte/offentlig_stotte_veildere_2011.pdf.
- Forskrift om systemansvaret i kraftsystemet. *Forskrift om systemansvaret i kraftsystemet*. Fastsatt av kgl. res. 7. mai 2002. <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2002-05-07-448>.
- Grønmo, Sigmund. 2016. *Samfunnsvitenskapelige metoder*. 2. utg. Bergen: Fagbokforlaget.
- Hair, Joseph F., Ronald L. Tatham, Rolph E. Anderson og William Black. 1998. *Multivariate data analysis*. 5. utg. London: Prentice-Hall.
- Heien, Mona Helen, Pål Melvær, Rozina Yordanova Sergieva og Torunn Høstad Sliwinski. 2017. «Utvikling i nøkkeltal for nettselskap: Kostnadseffektivitet og organisasjonstype». NVE rapport nr.89, 12/17. Lest 1. oktober 2018. http://publikasjoner.nve.no/rapport/2017/rapport2017_89.pdf.
- Huse, Morten. 2004. «Styrearbeid i Norge - innsikt fra corporate governance-virkeligheten». *Magma* 7, (1): 19-34. <https://www.magma.no/styrearbeid-i-norge-innsikt-fra-corporate-governance-virkeligheten>.
- . 2007a. *Boards, governance and value creation: The human side of corporate governance*. New York: Cambridge University Press.
- . 2007b. *Styret: Tante, barbar eller klan?* 3. utg. Bergen: Fagbokforlaget.
- Innst. 180 S (2017-2018). *Innstilling til Stortinget fra energi- og miljøkomiteen*.
- Jacobsen, Dag Ingvar. 2005. *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. 2. utg. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- . 2015. *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. 3. utg. Oslo: Cappelen Damm.
- Jensen, Michael C. 1993. «The modern industrial revolution, exit, and the failure of internal control systems» *Journal of Finance* 48 (3): 831-880. doi:10.1111/j.1540-6261.1993.tb04022.x.
- Jensen, Michael C. og William H. Meckling. 1976. «Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure». *Journal of Financial Economics* 3, (4): 305-360. doi:10.1016/0304-405X(76)90026-X.
- Johannessen, Asbjørn, Per Arne Tufte og Line Christoffersen. 2010. *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. 4. utg. Oslo: Abstrakt forlag.

-
- Johannessen, Finn Erhard. 2015. «Elektrifisering av hjemmet». *Norgeshistorie.no*. Lest 8. desember 2018. <https://www.norgeshistorie.no/forste-verdenskrig-og-mellomkrigstiden/artikler/1621-elektrifiseringen-av-hjemmet.html>.
- Jonnergård, Karin, Mattis Kärreman og Claes Svensson. 2004. «The impact of changes in the corporate governance system on the boards of directors: Experiences from Swedish listed companies». *International Studies of Management and Organization* 34, (2): 114-153. doi:10.1080/00208825.2004.11043699.
- KS Bedrift Energi. «Nett og bredbånd». Lest 25. september 2018. <https://www.ksbedrift.no/bransjer/energi/nett-og-bredbaand/>.
- Leveringskvalitetsforskriften. *Forskrift om leveringskvalitet i kraftsystemet*. Fastsatt ved kgl. res. 30. november 2004. <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2004-11-30-1557>.
- Likestillings- og diskrimineringsloven. *Lov om likestilling og forbud mot diskriminering av 16. juni 2017 nr.51*. <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2017-06-16-51>.
- Mydland, Ørjan. 2018. «Essays on efficiency and economies of scope and scale in electricity networks». Doktoravhandling, Norges Handelshøyskole.
- NVE. 2017. «Nettjenester». Lest 24. september 2018. <https://www.nve.no/reguleringsmyndigheten-for-energi-rme-marked-og-monopol/nettjenester/>.
- . 2018a. «Nettselskapets nøytralitet». Lest 18. september 2018. <https://www.nve.no/reguleringsmyndigheten-for-energi-rme-marked-og-monopol/sluttbrukermarkedet/nettselskapets-noytralitet/>.
- . 2018b. «Selskapsmessig og funksjonelt skille». Lest 17. september 2018. <https://www.nve.no/reguleringsmyndigheten-for-energi-rme-marked-og-monopol/sluttbrukermarkedet/selskapsmessig-og-funksjonelt-skille/>.
- . 2018c. «Nett». Lest 13. september 2018. <https://www.nve.no/energiforsyning-og-konsesjon/nett/>.
- . 2018d. «Reguleringsmodellen». Lest 30. september 2018. <https://www.nve.no/reguleringsmyndigheten-for-energi-rme-marked-og-monopol/okonomisk-regulering-av-nettselskap/reguleringsmodellen/>.
- Randøy, Trond og Steen Koekebakker. 2002. «Verdiskapende eierstyring i norske børsnoterte selskaper». *Praktisk økonomi & finans*. 18, (1): 57-64. https://www.idunn.no/pof/2002/01/verdiskapende_eierstyring_i_norske_borsnoterte_selskaper.
- Representantforslag 87 S (2017-2018). *Fra stortingsrepresentantene Marit Arnstad, Ole André Myhrvold, Sandra Borch og Nils T. Bjørke*.
- Riis, Christian og Espen R. Moen. 2016. *Moderne mikroøkonomi*. 3. utg. Oslo: Gyldendal Akademisk.

- Ringdal, Kristen. 2018. *Enhet og mangfold: Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. 4. utg. Bergen: Fagbokforlaget.
- Shleifer, Andrei. 1985. «A theory of yardstick competition». *Rand Journal of Economics* 16, (3): 319-327. http://pascal.iseg.utl.pt/~carlosfr/ses/shleifer_yarstick.pdf.
- Statnett. 2017. «Om Statnetts praktisering av systemansvaret». Lest 15. september 2018. <http://www.statnett.no/Kraftsystemet/Systemansvaret/Praktisering-av-systemansvaret/Om-Statnetts-praktisering-av-systemansvaret/>.
- Thoresen, Per. «Styrearbeid i datterselskaper - Ansattrepresentanter». *Lederkilden*. Lest 12. november 2018. <https://www.lederkilden.no/tema/styrearbeid/v-styrearbeid/styrearbeid-i-datterselskaper-ansattrepresentanter>.
- Von der Fehr, Nils-Henrik Mørch. 2010. *Den økonomiske reguleringen av strømmettet: En gjennomgang*. Rapport til Olje- og energidepartementet, 09/10. Lest 19. november 2018: https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/oed/2010-1018_netregulering.pdf?id=2185474.
- Zahra, Shaker A. og John A. Pearce. 1989. «Boards of Directors and Corporate Financial Performance: A Review and Integrative Model». *Journal of Management* 15, (2): 291-334. doi:10.1177/014920638901500208.

Appendiks A: Oversikt over deltakere i Elbench-prosjektet

Forskningsgrupper:

- Norges Vassdrags- og energidirektorat
- Norges Handelshøyskole / Samfunns- og næringslivsforskning AS
- Høgskolen i Innlandet

Nettselskap:

- BKK Nett
- Eidsiva Nett
- Hafslund Nett
- Helgeland Kraft
- Lyse Elnett
- Skagerak Nett

Andre:

- Energi Norge

Appendiks B: Oversikt over populasjon, utvalg og ekskluderte selskap

Etter å ha ekskludert 16 selskaper som ikke er relevante for avhandlingen (Tabell B.3), i tillegg til 4 selskaper som nylig har blitt tatt kjøpt opp eller slått sammen med andre selskap (Tabell B.4), gjensto en populasjon på 104 nettselskaper (Tabell B.1 og B.2). Av disse lyktes vi med å komme i kontakt med og sende undersøkelsen til styreleder i 88 selskaper (Tabell B.1), som utgjør bruttoutvalget i undersøkelsen.

Det er verdt å bemerke at tallene i oversikten er fra 2017, og det kan derfor tenkes at enkelte selskap befinner seg i en annen gruppe på nåværende tidspunkt enn det tabellene tilsier.

Tallene er mottatt fra NVE.

Oversikt over gruppeinndeling av antall kunder:

Gruppe 1 = 0 - 4 999, gruppe 2 = 5 000 - 9 999, gruppe 3 = 10 000 - 29 999,

gruppe 4 = 30 000 - 99 999, gruppe 5 = Over 100 000

Tabell B.1: Bruttoutvalg for undersøkelsen

	Selskap	Gruppe	Antall kunder i 2017
1	AGDER ENERGI NETT AS	5	198 720
2	ALTA KRAFTLAG SA	3	12 728
3	AS EIDEFOSS	3	14 295
4	AURLAND ENERGIVERK AS	1	1 418
5	AUSTEVOLL KRAFTLAG SA	1	4 315
6	BKK NETT AS	5	208 411
7	DALANE NETT AS	3	14 679
8	DRANGEDAL EVERK KF	1	3 652
9	EIDSIVA NETT AS	5	162 311
10	ETNE ELEKTRISITETSLAG SA	1	2 012
11	FINNÅS KRAFTLAG SA	2	8 285
12	FITJAR KRAFTLAG SA	1	2 502
13	FJELBERG KRAFTLAG SA	1	2 036

14	FLESBERG ELEKTRISITETSVERK AS	1	4 095
15	FORSAND ELVERK KOMMUNALT FØRETAK I FORSAND	1	1 171
16	FOSEN NETT AS	3	11 675
17	FUSA KRAFTLAG SA	1	3 148
18	GLITRE ENERGI NETT AS	4	91 080
19	HAFSLUND NETT AS	5	709 149
20	HALLINGDAL KRAFTNETT AS	3	14 432
21	HAMMERFEST ENERGI NETT AS	2	7 824
22	HARDANGER ENERGI AS	2	6 736
23	HAUGALAND KRAFT NETT AS	4	76 131
24	SODVIN SA	1	4 567
25	HEMSEDAL ENERGI KF	1	4 035
26	HERØYA NETT AS	1	31
27	HJARTDAL ELVERK AS	1	2 521
28	HØLAND OG SETSKOG ELVERK SA	2	6 356
29	HÅLOGALAND KRAFT NETT AS	3	26 029
30	ISTAD NETT AS	3	27 334
31	JÆREN EVERK KOMMUNALT FORETAK I HÅ	2	8 854
32	KLEPP ENERGI AS	2	8 625
33	KRAGERØ ENERGI AS	2	9 724
34	KRØDSHERAD EVERK KF	1	3 052
35	KVAM KRAFTVERK AS	2	7 304
36	KVINNHHERAD ENERGI AS	2	7 326
37	LOFOTKRAFT AS	3	16 833
38	LUOSTEJOK KRAFTLAG SA	1	3 920
39	LYSE ELNETT AS	5	143 044
40	LÆRDAL ENERGI AS	1	1 920
41	MELØY ENERGI AS	1	4 861
42	MIDT-TELEMARK ENERGI AS	3	10 790
43	MODALEN KRAFTLAG SA	1	429

44	MØRENETT AS	4	65 050
45	NESSET KRAFT AS	1	2 333
46	NORDKRAFT NETT AS	3	12 384
47	NORDKYN KRAFTLAG SA	1	1 877
48	NORLANDSNETT AS	4	39 756
49	NORDMØRE ENERGIVERK AS	3	26 187
50	NORD-SALTEN KRAFT AS	2	6 707
51	NORD-ØSTERDAL KRAFTLAG SA	3	10 984
52	NORE ENERGI AS	1	2 106
53	NORGESNETT AS	4	94 824
54	NOTODDEN ENERGI NETT AS	2	7 563
55	NTE NETT AS	4	86 563
56	ODDA ENERGI AS	2	6 259
57	OPPDAL EVERK AS	2	7 225
58	ORKDAL ENERGINETT AS	2	7 282
59	RAKKESTAD ENERGI AS	1	4 414
60	RAULAND KRAFTFORSYNINGSLAG SA	1	4 367
61	RAUMA ENERGI AS	2	5 178
62	REPVÅG KRAFTLAG SA	1	4 460
63	RINGERIKS-KRAFT NETT AS	3	21 789
64	ROLLAG ELEKTRISITETSVERK SA	1	2 236
65	RØROS ELEKTRISITETSVERK AS	2	6 336
66	SANDØY ENERGI AS	1	1 087
67	SFE NETT AS	3	24 640
68	SKJÅK ENERGI KF	1	2 063
69	STANGE ENERGI NETT AS	3	11 270
70	STRANDA ENERGI AS	1	3 557
71	STRYN ENERGI AS	1	4 769
72	SUNNDAL ENERGI KF	1	4 873
73	SUNNFJORD ENERGI AS	3	16 268
74	SVORKA ENERGI AS	2	6 788

75	SØR AURDAL ENERGI AS	1	2 958
76	TINN ENERGI AS	2	7 553
77	TROLLFJORD NETT AS	2	5 465
78	TROMS KRAFT NETT AS	4	74 675
79	TRØGSTAD ELVERK AS	1	3 271
80	TRØNDERENERGI NETT AS	5	147 998
81	VALDRES ENERGIVERK AS	3	14 680
82	VANG ENERGIVERK KF	1	2 369
83	VARANGER KRAFTNETT AS	3	16 875
84	VESTERÅLSKRAFT NETT AS	3	11 752
85	VEST-TELEMARK KRAFTLAG AS	3	14 178
86	YMBER AS	2	8 886
87	ØVRE EIKER NETT AS	2	9 967
88	ÅRDAL ENERGI KF	1	3 584

Tabell B.2: Selskaper i populasjonen som vi ikke kom i kontakt med

	Selskap	Gruppe	Antall kunder i 2017
89 (1)	ANDØY ENERGI AS	1	3 687
90 (2)	BINDAL KRAFTLAG SA	1	1 194
91 (3)	GUDBRANDSDAL ENERGI NETT AS	3	19 844
92 (4)	HELGELAND KRAFT AS	4	45 570
93 (5)	HURUM NETT AS	2	7 169
94 (6)	ISE NETT AS	2	7 994
95 (7)	LUSTER ENERGIVERK AS	1	3 796
96 (8)	MIDTKRAFT AS	3	13 799
97 (9)	NORDVEST NETT AS	3	14 375
98 (10)	SKAGERAK NETT AS	5	193 903
99 (11)	SOGNEKRAFT AS	2	9 212
100 (12)	SULDAL ELVERK KF	1	3 977
101 (13)	SYKKYLVEN ENERGI AS	1	4 646

102 (14)	UVDAL KRAFTFORSYNING SA	1	2 108
103 (15)	VOKKS NETT AS	3	13 408
104 (16)	VOSS ENERGI NETT AS	3	11 016

Tabell B.3: Selskaper som ikke er relevante for avhandlingen

	Selskap	Antall kunder i 2017
1	AKTIESELSKABET SAUDEFALDENE	0
2	E-CO ENERGI AS	0
3	GASSCO AS	0
4	HYDRO ALUMINIUM AS	17
5	HYDRO ENERGI AS	0
6	KVÆNANGEN KRAFTVERK AS	0
7	LYSE PRODUKSJON AS	149
8	MO INDUSTRIPARK AS	257
9	PORSA KRAFTLAG AS	0
10	SIRA KVINA KRAFTSELSKAP	0
11	STATKRAFT ENERGI AS	0
12	SVORKA PRODUKSJON AS	0
13	SØR-NORGE ALUMINIUM AS	2
14	TINFOS AS	69
15	USTEKVEIKJA KRAFTVERK DA	0
16	YARA NORGE AS	40

Tabell B.4: Selskaper som nylig har blitt kjøpt opp eller slått sammen med andre selskap

	Selskap (kjøpt av selskap i parentes)	Antall kunder i 2017
1	BALLANGEN ENERGI AS (Nordkraft Nett AS)	5694
2	GAULDAL NETT AS (Norgesnett AS)	6700
3	KVIKNE-RENNEBU KRAFTLAG AS (Trønderenergi Nett AS)	6655
4	TYSNES KRAFTLAG SA (BKK Nett AS)	4631

Appendiks C: Spørreundersøkelsen

I det følgende presenteres hele spørreundersøkelsen fra Qualtrics, som ble sendt ut til respondentene.

Start of Block: Bakgrunnsinformasjon

Denne undersøkelsen gjennomføres i forbindelse med vår masteroppgave ved NHH. Oppgaven skrives i samarbeid med forskningsprosjektet ElBench, og veiledes av Endre Bjørndal og Mette Bjørndal.

Styrets rolle, ansvar og innflytelse i norsk nettvirksomhet:

Undersøkelsens formål er å kartlegge styrenes funksjon og kompetanse. Videre fokuseres det på styrenes synspunkter knyttet til endringer i energiloven når det gjelder selskapsmessig og funksjonelt skille.

Spørreundersøkelsen er helt anonym, og svarene kan ikke spores tilbake til respondenten.

Det tar omtrent 10 minutter å gjennomføre undersøkelsen. Vi ber deg svare på samtlige spørsmål, men dersom du ikke vet eller ikke ønsker å svare kan du velge alternativet "Vet ikke / Ønsker ikke å svare".

Vi setter stor pris på at du tar deg tid til å gjennomføre undersøkelsen.

Dersom du har noen spørsmål kan du kontakte oss på: Ida.Dahl@student.nhh.no eller Linn.Faugstadmo@student.nhh.no

Tusen takk!

Ida Sofie Dahl og Linn Andrea Faugstadmo

Bakgrunnsinformasjon

Hvor mange kunder har nettvirksomheten?

- 0 - 4.999 (1)
 - 5.000 - 9.999 (2)
 - 10.000 - 29.999 (3)
 - 30.000 - 99.999 (4)
 - 100.000 eller flere (5)
 - Vet ikke / Ønsker ikke å svare (6)
-

Hvordan er nettvirksomheten organisert?

- Som et eget selskap som kun driver med nettvirksomhet (1)
 - Som en del av et selskap som også driver med annen virksomhet (2)
 - Vet ikke / Ønsker ikke å svare (3)
-

Display This Question:

If Hvordan er nettvirksomheten organisert? = Som en del av et selskap som også driver med annen virksomhet

Hvilken annen type virksomhet driver selskapet med? (Mulig å velge flere)

- Produksjon av elektrisk energi (1)
 - Omsetning av elektrisk energi (2)
 - Annet (spesifiser gjerne) (3)
-
- Vet ikke / Ønsker ikke å svare (4)
-

Er selskapet en del av et konsern?

- Ja (1)
- Nei (2)
- Vet ikke / Ønsker ikke å svare (3)

End of Block: Bakgrunnsinformasjon

Start of Block: Informasjon om nettselskapet

Videre i undersøkelsen vil nettvirksomheten benevnes som "nettselskapet", uansett om det er et eget selskap eller en del av et selskap.

Informasjon om nettselskapet

Introduksjon:

Siden energiloven ble endret i 2006 [virkning fra 1.1.2007] har det vært krav om at nettselskap med over 100.000 kunder skal innføre selskapsmessig og funksjonelt skille. Med selskapsmessig skille menes at nettselskap skal skilles ut som egne selskap, og ikke drive med annen virksomhet innen produksjon eller omsetning av elektrisk energi. Funksjonelt skille betyr at nettselskap skal driftes uavhengig av annen virksomhet. Dette gir begrensninger for hvem som kan ha ledende stilling i nettselskapet, og morselskapets adgang til å gi instruksjer.

Har nettselskapet **selskapsmessig skille**?

- Ja (1)
- Nei (2)
- Vet ikke / Ønsker ikke å svare (3)
-

- Ja (1)
- Nei (2)
- Vet ikke / Ønsker ikke å svare (3)
-

Display This Question:

If Har nettselskapet selskapsmessig skille? = Nei

Planlegges det å innføre **selskapsmessig skille** innen 3 år?

- Ja (1)
 - Nei (2)
 - Vet ikke / Ønsker ikke å svare (3)
-

Display This Question:

If Har nettselskapet funksjonelt skille? = Nei

Planlegges det å innføre **funksjonelt skille** innen 3 år?

- Ja (1)
 - Nei (2)
 - Vet ikke / Ønsker ikke å svare (3)
-

Har nettselskapet vært i en oppkjøps- eller fusjonsprosess de siste 5 årene?

- Ja (1)
 - Nei (2)
 - Vet ikke / Ønsker ikke å svare (3)
-

Har nettselskapet planer om oppkjøp eller fusjon de neste 3 årene?

- Ja (1)
- Nei (2)
- Nei, men har ønsker om det (3)
- Vet ikke / Ønsker ikke å svare (4)

End of Block: Informasjon om nettselskapet

Start of Block: Informasjon om styret

Informasjon om styret

Hvor mange medlemmer er det i nettselskapets styre?

▼ 0 (1) ... Vet ikke / Ønsker ikke å svare (14)

Hvor lenge har du vært medlem i styret?

▼ Mindre enn 1 år (1) ... Vet ikke / Ønsker ikke å svare (15)

Omtrent hvor stor andel av styremedlemmene er kvinner?

Vet ikke / Ønsker ikke å svare

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

Svar i % ()



Hvor mange møter har styret normalt årlig?

- 2 eller færre (1)
 - 3 - 4 (2)
 - 5 - 6 (3)
 - 7 - 8 (4)
 - 9 eller flere (5)
 - Vet ikke / Ønsker ikke å svare (6)
-

Page Break

Er noen av nettselskapets styremedlemmer også med i selskapets daglige ledelse?

- Ja (1)
 - Nei (2)
 - Vet ikke / Ønsker ikke å svare (3)
-

Display This Question:

If Er selskapet en del av et konsern? = Ja

Er noen av nettselskapets styremedlemmer også med i konsernstyret?

- Ja (1)
 - Nei (2)
 - Vet ikke / Ønsker ikke å svare (3)
-

Display This Question:

If Er selskapet en del av et konsern? = Ja

I hvilket styre mener du beslutninger knyttet til nettselskapets drift hovedsakelig tas?

- Nettselskapets styre (1)
 - Konsernets styre (2)
 - Vet ikke / Ønsker ikke å svare (3)
-

Display This Question:

If Er selskapet en del av et konsern? = Ja

I hvilket styre mener du beslutninger knyttet til nettselskapets investeringer hovedsakelig tas?

- Nettselskapets styre (1)
 - Konsernets styre (2)
 - Vet ikke / Ønsker ikke å svare (3)
-

Er du som styremedlem intern eller ekstern? (Med intern menes ansatt i nettselskapet, morselskap eller et annet selskap i konsernet)

- Intern styremedlem (1)
 - Ekstern styremedlem (2)
 - Vet ikke / Ønsker ikke å svare (3)
-

Hva er din rolle i styret?

- Styreleder (1)
- Styremedlem (2)
- Vet ikke / Ønsker ikke å svare (3)

Page Break

Etter ditt syn, hva er grunnen til at du ble valgt inn i styret? (Kryss av for alle passende alternativer)

- Styrekompetanse (1)
- Lederkompetanse (2)
- Politisk kompetanse (3)
- Juridisk kompetanse (4)
- Energikompetanse (5)
- Forretningsforståelse (6)
- Representere eierinteresser (7)
- Ansatterrepresentant (8)
- Annet (9)
- Vet ikke / Ønsker ikke å svare (10)

Display This Question:

If Etter ditt syn, hva er grunnen til at du ble valgt inn i styret? (Kryss av for alle passende alte... = Annet

Spesifiser "Annet"

I hvilken grad mener du lovendringen er hensiktsmessig for:

	Ikke i noen grad (1)	I liten grad (2)	Verken eller (3)	I noen grad (4)	I stor grad (5)	Vet ikke / Ønsker ikke å svare (6)
Deres nettselskap (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eierne av deres nettselskap (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deres nettkunder (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nettkunder i Norge generelt (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Page Break

Tusen takk!

Bidraget ditt er svært verdifullt for oss.

Dersom du har andre kommentarer kan du tilføye dette her:

End of Block: Endring av energiloven i 2021

Appendiks D: E-post som ble sendt til nettselskapene

Følgende e-post ble sendt til nettselskapenes kontaktadresse eller kundeservice, som en forespørsel om kontaktinformasjon til styreleder i selskapet.

“Hei,

Vi er to masterstudenter fra NHH som skriver masteroppgave i samarbeid med forskningsprosjektet Elbench (som omhandler benchmarking i nettsektoren).

Vi ønsker å kartlegge styrets rolle i norske nettselskap, og ønsker dermed kontakt med styret i deres nettselskap. Vi vil sende ut en kort, anonym spørreundersøkelse, gjerne til styreleder, eventuelt til et annet styremedlem.

Vi er svært avhengig av å få kontakt med styret, men har hittil ikke funnet kontaktinformasjon til styremedlemmene. Er det mulig at du kan hjelpe oss med e-postadresse til styreleder? Eventuelt andre styremedlem?

Vi setter utrolig stor pris på din hjelp!

Mvh

Ida Sofie Dahl og Linn Andrea Faugstadmo”

Appendiks E: E-post sendt som følgebrev til undersøkelsen

Følgende e-post ble sendt til respondentene som et følgebrev og en invitasjon til selve undersøkelsen.

“Hei,

Vi er to masterstudenter fra Norges Handelshøyskole (NHH) som skriver masteroppgave i samarbeid med SNF-prosjektet Elbench, med Endre Bjørndal og Mette Bjørndal som veiledere. SNF AS er en forskningsstiftelse med faglig tilknytning til NHH, og er et av Norges ledende forskningsmiljø innen anvendt økonomisk-administrativ forskning. Forskningsprosjektet Elbench tar for seg benchmarking og regulering av norske nettselskaper, og på grunnlag av dette kontakter vi deg som styreleder i en nettvirksomhet.

Formålet med utredningen er å kartlegge styrenes rolle i norsk nettvirksomhet. Vi har derfor utarbeidet en kort, anonym spørreundersøkelse hvor vi ønsker svar fra én person i styret. Det vil være svært verdifullt for oss om du tar deg tid til å gjennomføre undersøkelsen. Dersom du heller mener andre styremedlem har bedre grunnlag for å svare, må du gjerne delegere undersøkelsen til vedkommende.

Anonym lenke til undersøkelsen:

https://nhh.eu.qualtrics.com/jfe/form/SV_1ZcshpTje5vc6DX

Vi setter utrolig stor pris på ditt bidrag!

Mvh

Ida Sofie Dahl og Linn Andrea Faugstadmo”

Appendiks F: Oversikt over datamaterialet

I tabell F.1 presenteres deskriptiv statistikk fra samtlige spørsmål i undersøkelsen. N viser hvor mange som har besvart spørsmålet, mens Min og Maks er laveste og høyeste verdi på skalaen som er benyttet. Gjennomsnitt og standardavvik gir en indikasjon om datamaterialets sentraltendens og spredningen rundt.

Tabell F.1: Deskriptiv statistikk fra datamaterialet

Spørsmål	N	Min	Maks	Gjennomsnitt	Std.avvik
Spørsmål 1	64	1	5	2,28	1,266
Spørsmål 2	64	1	2	1,59	0,495
Spørsmål 3_1	38	0	1	0,61	0,495
Spørsmål 3_2	38	0	1	0,63	0,489
Spørsmål 3_3	38	0	1	0,63	0,489
Spørsmål 3_4	38	0	0	0,00	0,000
Spørsmål 4	64	1	2	1,52	0,504
Spørsmål 5	64	1	2	1,52	0,504
Spørsmål 6	64	1	3	1,75	0,471
Spørsmål 7	33	1	3	1,27	0,517
Spørsmål 8	46	1	3	1,74	0,612
Spørsmål 9	62	1	2	1,56	0,500
Spørsmål 10	64	1	4	2,22	1,015
Spørsmål 11	64	4	9	6,86	1,193
Spørsmål 12	64	1	14	6,75	4,113
Spørsmål 13	62	0,00	67,00	33,02	14,255
Spørsmål 14	64	1	5	3,28	0,845
Spørsmål 15	64	1	2	1,84	0,366
Spørsmål 16	31	1	2	1,48	0,508
Spørsmål 17	31	1	2	1,16	0,374

Spørsmål 18	31	1	2	1,32	0,475
Spørsmål 19	64	1	3	1,70	0,494
Spørsmål 20	64	1	3	1,08	0,324
Spørsmål 21_1	64	0	1	0,67	0,473
Spørsmål 21_2	64	0	1	0,58	0,498
Spørsmål 21_3	64	0	1	0,38	0,488
Spørsmål 21_4	64	0	1	0,06	0,244
Spørsmål 21_5	64	0	1	0,31	0,467
Spørsmål 21_6	64	0	1	0,44	0,500
Spørsmål 21_7	64	0	1	0,48	0,504
Spørsmål 21_8	64	0	1	0,02	0,125
Spørsmål 21_9	64	0	1	0,03	0,175
Spørsmål 21_10	64	0	1	0,03	0,275
Spørsmål 22_1	63	2	5	4,60	0,708
Spørsmål 22_2	63	2	5	4,56	0,736
Spørsmål 22_3	63	1	5	4,08	1,182
Spørsmål 22_4	63	1	5	2,98	1,289
Spørsmål 22_5	63	1	5	4,21	0,953
Spørsmål 22_6	62	2	5	4,47	0,740
Spørsmål 22_7	63	1	5	4,44	1,012
Spørsmål 22_8	63	1	5	4,46	0,930
Spørsmål 23	64	3	5	4,92	0,324
Spørsmål 24	64	4	5	4,88	0,333
Spørsmål 25	64	1	5	3,44	1,271
Spørsmål 26_1	59	1	6	3,44	1,782
Spørsmål 26_2	59	1	6	4,24	1,278
Spørsmål 26_3	59	1	6	1,68	1,105
Spørsmål 26_4	59	1	6	3,98	1,345
Spørsmål 26_5	59	1	6	3,83	1,783
Spørsmål 26_6	59	1	6	3,86	1,536
Spørsmål 27	64	2	5	4,42	0,851

Spørsmål 28	64	1	5	3,05	1,19
Spørsmål 29_1	62	1	4	1,82	0,820
Spørsmål 29_2	63	1	5	3,70	1,253
Spørsmål 29_3	62	1	5	3,29	1,285
Spørsmål 29_4	63	1	5	2,73	1,221
Spørsmål 29_5	63	1	5	2,46	1,029
Spørsmål 30_1	63	1	5	4,67	0,823
Spørsmål 30_2	63	3	5	4,73	0,545
Spørsmål 31_1	63	2	5	3,60	0,890
Spørsmål 31_2	63	2	5	3,63	0,848
Spørsmål 32_1	63	3	5	4,76	0,560
Spørsmål 32_2	62	3	5	4,73	0,577
Spørsmål 33	62	1	5	4,39	0,964
Spørsmål 34	60	1	5	2,85	1,459
Spørsmål 35	63	1	5	3,17	1,264
Spørsmål 36	63	1	5	3,11	1,309
Spørsmål 37_1	63	1	5	2,87	1,289
Spørsmål 37_2	63	1	5	2,68	1,305
Spørsmål 37_3	63	1	5	2,76	1,304
Spørsmål 37_4	62	1	5	3,13	1,248

Appendiks G: Faktoranalyse for spørsmål 30, 31 og 32 - Begrepene “kryssubsidiering” og “nøytralitet”

Det ble utført en faktoranalyse for spørsmål 30, 31 og 32, fordi begrepene “kryssubsidiering” og “nøytralitet” er vurdert svært likt under alle de tre spørsmålene. Den kritiske grensen for faktorladning ble satt til 0,700, og tabell G.1-G.3 viser dermed at begrepene lader over denne grensen på én komponent for alle spørsmålene, og begrepene kan derfor oppfattes som like.

Tabell G.1: Faktoranalyse for spørsmål 30

Spørsmål 30	Komponent
	1
Kryssubsidiering	0,881
Nøytralitet	0,881

Ekstraksjonsmetode: Principal Component Analysis (1 components extracted)

Tabell G.2: Faktoranalyse for spørsmål 31

Spørsmål 31	Komponent
	1
Kryssubsidiering	0,968
Nøytralitet	0,968

Ekstraksjonsmetode: Principal Component Analysis (1 components extracted)

Tabell G.3: Faktoranalyse for spørsmål 32

Spørsmål 32	Komponent
	1
Kryssubsidiering	0,988
Nøytralitet	0,988

Ekstraksjonsmetode: Principal Component Analysis (1 components extracted)

Appendiks H: Faktoranalyse for spørsmål 35, 36 og 37 - Begrepet “hensiktsmessighet”

Det ble utført en faktoranalyse for spørsmål 35, 36 og 37, fordi alle de tre spørsmålene måler begrepet “hensiktsmessighet”. Spørsmål 37 består av fire spørsmål. Den kritiske grensen for faktorladning ble satt til 0,700, og tabell H.1 viser at alle spørsmålene lader over denne grensen på én komponent, og dermed måler det samme begrepet. Det ble videre laget et sammensatt må for begrepet “hensiktsmessighet” i form av en indeksert variabel.

Tabell H.1: Faktoranalyse for spørsmål 35, 36 og 37

Hensiktsmessighet	Komponent
	1
Spørsmål 35	0,708
Spørsmål 36	0,751
Spørsmål 37_1	0,920
Spørsmål 37_2	0,920
Spørsmål 37_3	0,936
Spørsmål 37_4	0,806

Ekstraksjonsmetode: Maximum Likelihood (1 factors extracted, 9 iterations required)

Appendiks I: Sammenheng mellom spørsmål 1 (antall kunder) og spørsmål med nominalt målenivå

Tabell I.1 viser verdiene for statistiske analyser av sammenhenger mellom antall kunder i spørsmål 1 og andre spørsmål som har nominalt målenivå. Signifikanstesten Fisher's Exact Test er benyttet for å avdekke signifikante sammenhenger, mens Cramer's V indikerer styrken på effekten. Cramer's V har et eget signifikansnivå som forteller om effektstyrken er signifikant. Den kritiske grensen for signifikans er satt til 0,050.

Sammenhenger som er kommentert i avhandlingen er uthevet med fet skrift.

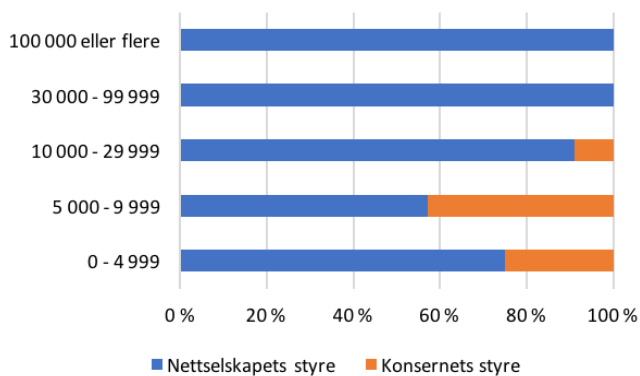
Tabell I.1: Signifikanstest ved Fisher's Exact Test og effektstyrke ved Cramer's V

Spørsmål	Fisher's Exact Test (Sig. 2 sided)	Cramer's V (koeffisient)	Cramer's V (signifikansnivå)
Spørsmål 2	0,000	0,565	0,000
Spørsmål 3 (produksjon)	0,157	0,324	0,157
Spørsmål 3 (omsetning)	0,247	0,293	0,247
Spørsmål 3 (annet)	0,128	0,333	0,140
Spørsmål 4	0,000	0,544	0,000
Spørsmål 5	0,003	0,482	0,003
Spørsmål 6	0,015	0,362	0,052
Spørsmål 7	0,195	0,300	0,208
Spørsmål 8	0,545	0,239	0,554
Spørsmål 9	0,009	0,457	0,008
Spørsmål 10	0,000	0,389	0,003
Spørsmål 15	0,126	0,316	0,168
Spørsmål 16	0,027	0,579	0,027
Spørsmål 17	0,213	0,442	0,177
Spørsmål 18	0,136	0,483	0,127

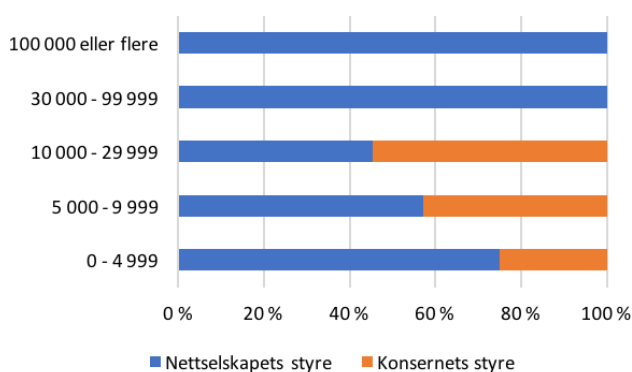
Spørsmål 19	0,000	0,466	0,000
Spørsmål 20	0,952	0,169	0,919
Spørsmål 21 (styrekompetanse)	0,408	0,254	0,411
Spørsmål 21 (lederkompetanse)	0,177	0,319	0,168
Spørsmål 21 (politisk kompetanse)	0,142	0,334	0,131
Spørsmål 21 (juridisk kompetanse)	0,904	0,166	0,904
Spørsmål 21 (energikompetanse)	0,074	0,351	0,093
Spørsmål 21 (forretningsforståelse)	0,397	0,260	0,392
Spørsmål 21 (representere eierint.)	0,209	0,304	0,217
Spørsmål 21 (ansatterepresentant)	1,000	0,163	1,000
Spørsmål 21 (annet)	0,210	0,318	0,210
Spørsmål 21 (vet ikke/ønsker ikke)	0,329	0,304	0,329

Appendiks J: Sammenheng mellom spørsmål 1 (antall kunder) og i hvilket styre beslutninger tas

Selv om det ikke ble avdekket signifikante sammenhenger mellom antall kunder og i hvilket styre respondentene mener beslutninger tas knyttet til drift og investeringer, viser figur J.1 og J.2 at samtlige selskap med flere enn 30 000 kunder mener beslutninger tas i nettselskapets styre.



Figur J.1: Spørsmål 17 - Prosentvis fordeling av beslutninger om drift, basert på kategoriene for antall kunder (ikke signifikant sammenheng)



Figur J.2: Spørsmål 18 - Prosentvis fordeling av beslutninger om investeringer, basert på kategoriene for antall kunder (ikke signifikant sammenheng)

Appendiks K: Sammenheng mellom spørsmål 1 (antall kunder) og spørsmål med ordinalt målenivå eller høyere

Tabell K.1 viser verdiene for statistiske analyser av sammenhenger mellom antall kunder i spørsmål 1 og andre spørsmål som har ordinalt målenivå eller høyere. Korrelasjonsmålet gamma er benyttet for å avdekke positive eller negative sammenhenger, med en korrelasjonskoeffisient og tilhørende signifikansnivå. Den kritiske grensen for signifikans er satt til 0,050.

Sammenhenger som er kommentert i avhandlingen er uthevet med fet skrift.

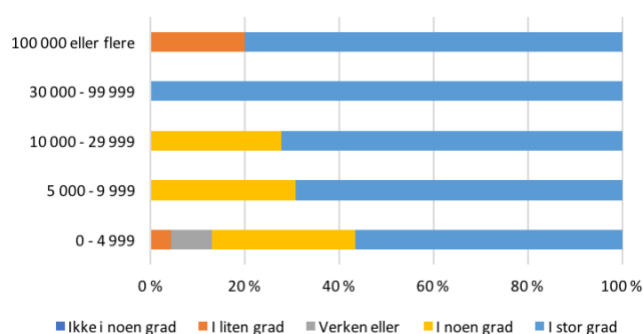
Tabell K. 1: Korrelasjonsmålet gamma

Spørsmål	Gamma (korr.koeffisient)	Gamma (signifikansnivå)
Spørsmål 11	0,186	0,097
Spørsmål 12	-0,215	0,047
Spørsmål 13	-0,082	0,521
Spørsmål 14	0,005	0,973
Spørsmål 22 (styrekompetanse)	0,398	0,035
Spørsmål 22 (lederkompetanse)	0,691	0,000
Spørsmål 22 (politisk kompetanse)	-0,088	0,612
Spørsmål 22 (juridisk kompetanse)	0,103	0,420
Spørsmål 22 (energikompetanse)	0,271	0,085
Spørsmål 22 (forretningsforståelse)	0,465	0,006
Spørsmål 22 (representere eierinteresser)	0,007	0,971
Spørsmål 22 (ansatterepresentant)	0,493	0,004
Spørsmål 23	0,143	0,747
Spørsmål 24	0,047	0,877
Spørsmål 25	-0,189	0,121

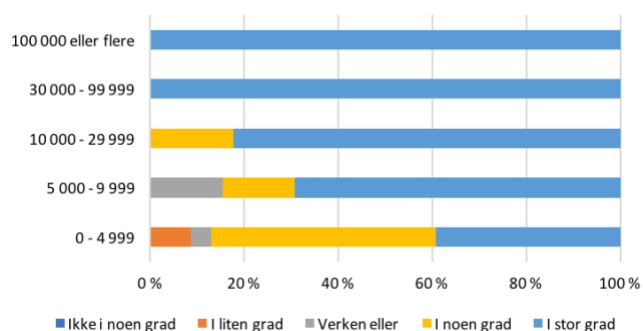
Spørsmål 26 (lokale arbeidsplasser)	0,537	0,000
Spørsmål 26 (næringsutvikling)	0,284	0,018
Spørsmål 26 (forsyningssikkerhet)	-0,172	0,326
Spørsmål 26 (lav nettleie)	-0,288	0,028
Spørsmål 26 (maksimere avkastning)	-0,223	0,062
Spørsmål 26 (kostnadseffektivitet)	-0,274	0,029
Spørsmål 27	0,073	0,668
Spørsmål 28	-0,145	0,294
Spørsmål 29 (organisering)	-0,126	0,423
Spørsmål 29 (strategiske planer)	-0,207	0,135
Spørsmål 29 (fastsette budsjetter)	-0,085	0,561
Spørsmål 29 (risikostyring)	-0,191	0,137
Spørsmål 29 (økonomistyring)	-0,201	0,120
Spørsmål 30 (krysssubsidiering)	0,460	0,038
Spørsmål 30 (nøytralitet)	0,374	0,083
Spørsmål 31 (krysssubsidiering)	0,023	0,877
Spørsmål 31 (nøytralitet)	0,032	0,821
Spørsmål 32 (krysssubsidiering)	0,311	0,192
Spørsmål 32 (nøytralitet)	0,290	0,194
Spørsmål 33	0,339	0,045
Spørsmål 34	0,043	0,767
Spørsmål 35	0,238	0,094
Spørsmål 36	0,304	0,026
Spørsmål 37 (deres nettselskap)	0,310	0,026
Spørsmål 37 (eierne av deres selskap)	0,292	0,040
Spørsmål 37 (deres nettkunder)	0,228	0,109
Spørsmål 37 (nettkunder i Norge)	0,232	0,108
Sammensatt mål for hensiktsmessighet	0,247	0,047

Appendiks L: Sammenheng mellom spørsmål 1 (antall kunder) og kompetanse representert i styret

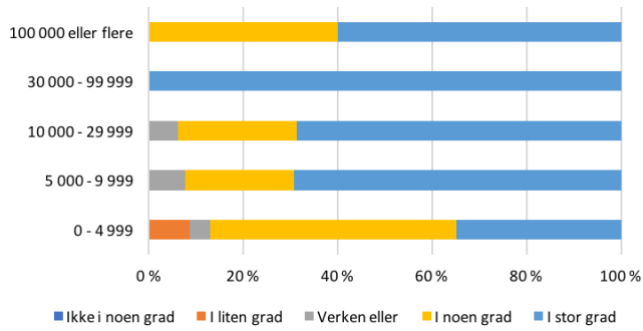
Figurene L.1 til L.4 viser sammenhenger mellom antall kunder og i hvilken grad styrekompetanse, lederkompetanse, forretningsforståelse og ansatterepresentanter er representert i styret.



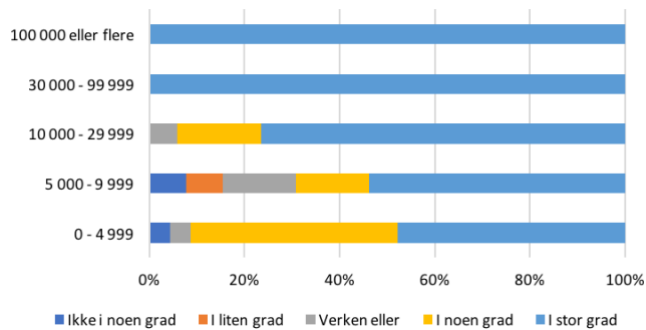
Figur L.1: Spørsmål 22 (styrekompetanse) - Prosentvis fordeling av i hvilken grad styrekompetanse er representert i styret, basert på kategoriene for antall kunder



Figur L.2: Spørsmål 22 (lederkompetanse) - Prosentvis fordeling av i hvilken grad lederkompetanse er representert i styret, basert på kategoriene for antall kunder



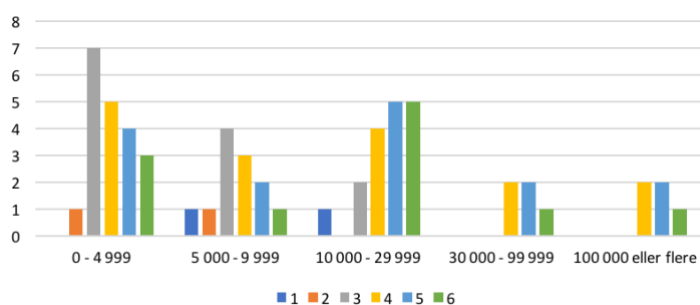
Figur L.3: Spørsmål 22 (forretningsforståelse) - Prosentvis fordeling av i hvilken grad forretningsforståelse er representert i styret, basert på kategoriene for antall kunder



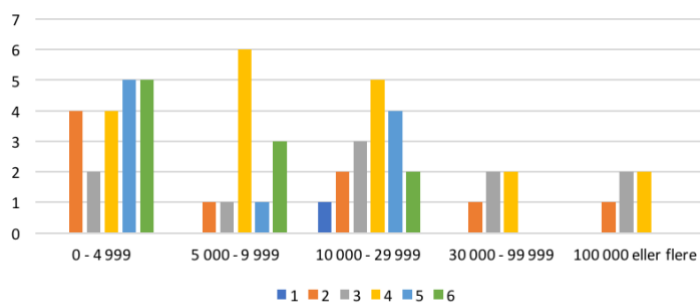
Figur L.4: Spørsmål 22 (ansattrepresentant) - Prosentvis fordeling av i hvilken grad ansattrepresentanter er representert i styret, basert på kategoriene for antall kunder

Appendiks M: Sammenheng mellom spørsmål 1 (antall kunder) og eiernes målsetting

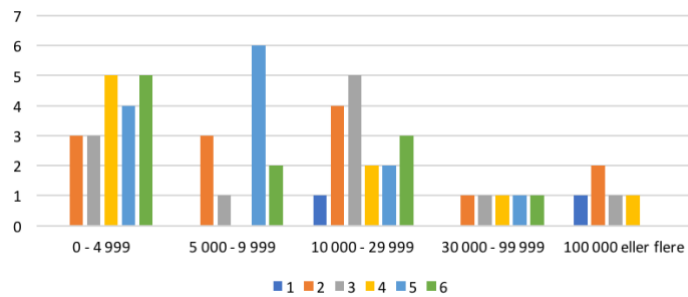
Figurene M.1 til M.3 viser en svak sammenheng mellom antall kunder og målsettingene næringsutvikling, lav nettleie og kostnadseffektivitet.



Figur M.1: Spørsmål 26 (næringsutvikling) - Vurdering av målsettingen "næringsutvikling" basert på kategoriene for antall kunder



Figur M.2: Spørsmål 26 (lav nettleie) - Vurdering av målsettingen "lav nettleie" basert på kategoriene for antall kunder



Figur M.3: Spørsmål 26 (kostnadseffektivitet) - Vurdering av målsettingen "kostnadseffektivitet" basert på kategoriene for antall kunder

Appendiks N: Analyse av øvrige sammenhenger som er undersøkt

Tabell N.1 og N.2 viser verdiene for statistiske analyser av sammenhenger mellom andre variabler. I tabell N.1 er signifikanstesten Fisher's Exact Test benyttet for å avdekke signifikante sammenhenger, mens Cramer's V indikerer styrken på effekten. Cramer's V har et eget signifikansnivå som forteller om effektstyrken er signifikant. I tabell N.2 er korrelasjonsmålet gamma benyttet for å avdekke positive eller negative sammenhenger, med en korrelasjonskoeffisient og tilhørende signifikansnivå. Den kritiske grensen for signifikans er satt til 0,050 for begge testene.

Sammenhenger som er kommentert i avhandlingen er uthevet med fet skrift.

Tabell N.1: Signifikanstest ved Fisher's Exact Test og effektstyrke ved Cramer's V (øvrige sammenhenger)

Spørsmål	Fisher's Exact Test (Sig. 2 sided)	Cramer's V (koeffisient)	Cramer's V (signifikansnivå)
Spørsmål 4 og 5	0,000	0,500	0,000
Spørsmål 4 og 6	0,048	0,285	0,048
Spørsmål 19 og 30 (kryssubsidiering)	0,019	0,544	0,024
Spørsmål 19 og 30 (nøytralitet)	0,096	0,410	0,031
Spørsmål 10 og 34	0,005	0,400	0,004
Spørsmål 4 og 35	0,173	0,324	0,166
Spørsmål 4 og 36	0,028	0,417	0,024

Tabell N.2: Korrelasjonsmålet gamma (øvrige sammenhenger)

Spørsmål	Gamma (korrelasjonskoeffisient)	Gamma (signifikansnivå)
Spørsmål 24 og 25	0,589	0,027
Spørsmål 30 og 31	0,228	0,339