



**EIRIK NORVALD CHRISTENSEN**  
Seniorrådgiver, Konkurransetilsynet

**JAN PETTER VERLO FEDJE**  
Seniorrådgiver, Konkurransetilsynet

**GJERMUND NESE**  
Fungerende seksjonsleder, Konkurransetilsynet

# De norske bensinprisene<sup>1</sup>

For å skaffe mer kunnskap om drivstoffmarkedet, har Konkurransetilsynet nylig gjennomført en nærmere undersøkelse av konkurransen i markedet basert på en betydelig datainnsamling fra de norske drivstoffkjedene. Resultatene fra undersøkelsen viser at det finnes klare geografiske forskjeller i både prisnivå og prismønster. De forholdene som en vanligvis forventer skal påvirke konkurranseintensiteten i markedet, og dermed prisnivået, viser seg å ha en effekt.

## 1 INNLEDNING

Norske forbrukere er opptatt av at det er regionale prisforskjeller på drivstoff. Drivstoff er et ensartet produkt og sett bort fra fraktutgifter taler dette for at prisene burde være noenlunde like. Dette synes imidlertid ikke å være tilfellet, og ofte kan det observeres store prisforskjeller på drivstoff selv mellom områder som ikke ligger langt fra hverandre. Det er nærliggende å tro at dette skyldes forskjeller i konkurranseintensiteten mellom geografiske områder. Konkurransetilsynets undersøkelse viser at det ikke bare er nasjonal konsentrasjon som er viktig for konkurransen i drivstoffmarkedet, men at konkurransesituasjonen i små lokale områder kan være en viktig faktor.<sup>2</sup>

Undersøkelsen gir videre klare indikasjoner på at marginene er lavere i områder med relativt mange aktører. En

annen observasjon er at et ukeprismønster med høy pris mandag ettermiddag og deretter fallende priser gjennom uken tydelig har etablert seg i markedet. Dette mønsteret var gjenstand for omfattende oppmerksomhet våren 2008.<sup>3</sup>

Konkurransetilsynets analyser viser at det er lokale forskjeller i dette ukemønsteret, og det er interessant å merke seg at det tilsynelatende er områder med relativt sterkere konkurranse og de laveste prisene som i størst grad opplever et syklisk prismønster. Områder med svakere konkurranse har typisk en flatere og gjennomgående høyere pris gjennom uken.

I artikkelen gis det innledningsvis, i kapittel 2, en kort beskrivelse av det norske drivstoffmarkedet. Kapittel 3

<sup>1</sup> Artikkelen er en noe forkortet versjon av rapporten "Det norske drivstoffmarkedet" som er tilgjengelig på Konkurransetilsynets nettsider.

<sup>2</sup> Analysen er begrenset til blyfri 95 oktan bensin, men det er grunn til å tro at resultatene vil gjelde også for andre typer drivstoff, for eksempel diesel.

<sup>3</sup> Se for eksempel Foros, Ø og F Steen (2008): "Gasoline prices jump on Mondays: An outcome of aggressive competition?", Discussion Paper 04/08, Norges Handelshøyskole og Gabrielsen, T.S. og L. Sjørgard (2008): "Sykliske bensinpriser", Samfunnsøkonomen, 1-2009, 4-11. Fokus var da spesielt på at drivstoffprisene tilsynelatende følger et mønster der prisen er høyest sent mandag formiddag og at den deretter synker gjennom uken og når sitt laveste nivå tidlig mandag formiddag, før den igjen brått stiger.

Tabell 1 Fylkesvis fordeling av betjente og ubetjente stasjoner ved utgangen av 2008. Kilde: Utvalget av stasjoner som er med i analysen. Antall.

	Statoil		Esso		YX		Shell		Jet		Best		Totalt	
	Betjent	Ubetjent	Betjent	Ubetjent	Betjent	Ubetjent	Betjent	Ubetjent	Betjent	Ubetjent	Betjent	Ubetjent	Betjent	Ubetjent
Østfold	12	5	17	3	9	10	29	3		6	4		71	27
Akershus	28	3	24	2	13	10	47	7		10	2		114	32
Oslo	22	2	14	2	1	10	30	4		5			67	23
Hedmark	20	2	15		8	7	24	4		1	2		69	14
Oppland	29	3	14		18	11	25	1		1	1		87	16
Buskerud	25	4	12	1	8	10	29	4		5	5		79	24
Vestfold	22	3	8	2	4	4	30	7		7			64	16
Telemark	20	5	14		8	9	18	1		4	2		62	19
Aust-Agder	14	3	15		8	3	8	1		1	1		46	8
Vest-Agder	11	5	12		14	3	16	2			2		55	10
Rogaland	26	10	20		10	11	36	5			1		93	26
Hordaland	23	12	23	1	22	6	34	5			12		114	24
Sogn og Fjordane	19	3	13		4	1	9				8		53	4
Møre og Romsdal	23	4	13		14	4	26	3			7		83	11
Sør-Trøndelag	23	5	16		18	8	26	2			6		89	15
Nord-Trøndelag	14	5	11		9	5	20						54	10
Nordland	30	2	18		5	8	30	3			10		93	13
Troms	22	2	10		4	4	15				4		51	6
Finnmark	16	1	9		1		11				1		37	2
<b>Sum</b>	<b>399</b>	<b>79</b>	<b>278</b>	<b>11</b>	<b>173</b>	<b>125</b>	<b>463</b>	<b>45</b>	<b>0</b>	<b>40</b>	<b>68</b>	<b>0</b>	<b>1381</b>	<b>300</b>

inneholder en nærmere beskrivelse av undersøkelsen og resultatene av analysen. I kapittel 4 oppsummeres analysen og det som Konkurransetilsynet ser som de viktigste konkurransemessige utfordringene i markedet drøftes.

## 2 DET NORSKE DRIVSTOFFMARKEDET

### 2.1 Markedsaktører og struktur

Det norske drivstoffmarkedet er i dag kjennetegnet av få aktører, en høy andel betjente stasjoner og et stort antall stasjoner i rurale områder sammenlignet med mange andre land.

Seks kjeder er representert i det norske markedet: Statoil og Shell er de største aktørene, og ved utgangen av 2008 hadde disse to kjedene rundt 30 prosent av markedet hver målt i omsetning. Esso hadde i overkant av 20 prosent, YX<sup>4</sup> i overkant av 10 prosent, mens JET<sup>5</sup> og Best, som de to minste aktørene, hver hadde under 5 prosent av markedet.<sup>6</sup>

Til sammenligning er 12 kjeder etablert i Sverige. Andelen betjente stasjoner er også betydelig høyere i Norge enn for eksempel i Sverige. Per i dag er 80 prosent av stasjonene i Norge betjente, mens tilsvarende tall for Sverige er 47 prosent.<sup>7</sup> Tabell 1 viser fordelingen av kjedenes stasjoner i de ulike fylkene per 2008.

### 2.2 Prisoppbygging og prisdannelse

Prisen som kundene betaler når de fyller drivstoff består av flere elementer, som selskapenes innkjøpspris og bruttoavanse, samt avgifter.<sup>8</sup> Innkjøpsprisen bestemmes av råoljeprisen på det internasjonale markedet. Selskapets bruttoavanse skal, i tillegg til fortjeneste, dekke transportkostnader, lagringskostnader og andre driftskostnader.

Bare en begrenset del, nærmere bestemt bruttomarginen, av drivstoffprisen påvirkes av de nasjonale og lokale konkurranseforholdene i det norske markedet. De øvrige komponentene er gitt av internasjonale konkurranseforhold og myndigheter som avgjør henholdsvis råvarepris og avgifter.

<sup>4</sup> YX inkluderer YX- (betjent) og Uno-X-stasjonene (ubetjent). YX Energi Norge har skiftet navn til Uno-X-gruppen, men omtales her som YX.

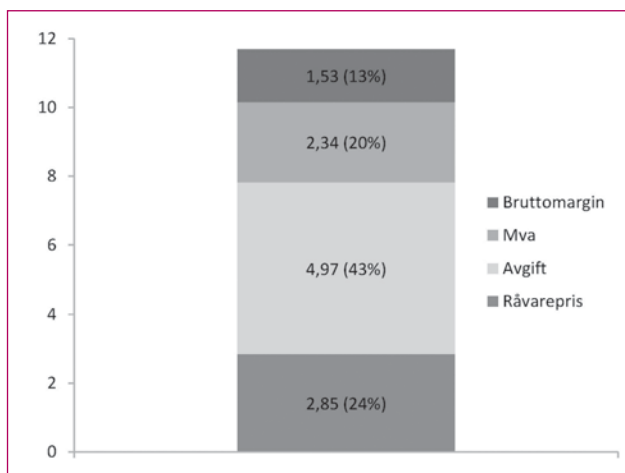
<sup>5</sup> JET er overtatt av St1 og vil som følge av dette bli omprofilert til St1.

<sup>6</sup> Med unntak av JET som kun har ubetjente stasjoner og Best som kun har betjente stasjoner, har de øvrige kjedene både betjente og ubetjente stasjoner i sitt stasjonsnettverk. Statoil sine ubetjente stasjoner markedsføres under navnet 1-2-3, Shell sine ubetjente heter Shell Express eller Smart. Esso har ubetjente Esso Express-stasjoner og YX har Uno-X som sine ubetjente stasjoner.

<sup>7</sup> www.spi.se.

<sup>8</sup> Merverdiavgift er en prosentsats, mens øvrige avgifter er fastsatte kronebeløp som kan justeres over tid.

Figur 1 Bensinprisens (blyfri 95 okt) oppbygging basert på en pumpepris på 11,69 kroner. Kroner og prosent.



Figur 1 viser de ulike komponentene av pumpeprisen for bensin i kroneverdier og prosentandeler. Merverdiavgift legges til summen av bruttomargin, avgift og råvarepris og vises derfor som en egen komponent. Beregningen er gjort med gjennomsnittlig råvarepris og veiledende bensinpris (blyfri 95) på 11,69 kroner i oktober 2007.

### 3 KONKURRANSEN I DRIVSTOFFMARKEDENE

For å studere konkurransesituasjonen i drivstoffmarkedet gjorde Konkurransetilsynet i slutten av 2008 en omfattende datainnsamling fra de norske drivstoffkjedene i for perioden 1.januar 2004 til 10.november 2008.<sup>9</sup>

Konkurransetilsynet har først og fremst vært opptatt av å få detaljert kunnskap om hvilke faktorer som driver konkurransen i drivstoffmarkedet og hvordan og i hvilken grad disse har effekt på drivstoffprisene. Videre har det vært en viktig målsetting å avdekke hvorvidt lokale forskjeller i konkurranse fører til forskjeller i prisnivå og prisstruktur mellom ulike områder.

Et klassisk mål på graden av konkurranse i et marked er antall konkurrenter. Jo flere aktive selskaper, jo sterkere vil

normalt konkurransen være. I det norske drivstoffmarkedet er det totalt seks aktive kjeder. Noen kjeder er imidlertid ikke til stede i hele landet. I tillegg er det stor forskjell i tettheten mellom bensinstasjonene i ulike områder i landet. I prosjektet er det undersøkt hvorvidt dette også resulterer i geografiske prisforskjeller på drivstoff.

#### 3.1 Antall konkurrenter

For å vurdere betydningen av antall konkurrerende selskaper har tilsynet ved hjelp av regresjonsanalyser undersøkt om det er forskjeller i prisene gjennom uken for stasjoner som har mange konkurrenter i nærheten i forhold til stasjoner som har få konkurrenter i nærheten.

Resultatene viser at antall konkurrenter i nærheten er en sentral konkurransedriver og flere nære konkurrenter fører til lavere priser. Dette fremgår av Figur 2. På den vertikale akse i figuren måles prisnivået i form av en bruttomargin som er definert som pumpepris eksklusiv merverdiavgift og fratrukket øvrige avgifter og innkjøpspris. Konkurransetilsynet har særskilt justert bruttomarginen for transportkostnader som varierer ut fra lokaliseringen til en enkelte stasjon, slik at marginene blir sammenlignbare mellom områder. Figuren viser prisutviklingen i løpet av en typisk uke i 2008 for to typer stasjoner.<sup>10</sup> Den mørkegrå kurven viser prisen for en stasjon som ikke har noen andre stasjoner innen 10 minutters kjøretid, mens den lysegrå kurven viser prisen for en stasjon som har minst tre andre stasjoner innen 10 minutters kjøretid.<sup>11</sup>

Det fremgår av Figur 2 at prisene er høyere på stasjoner uten konkurrenter innen 10 minutters kjøretid, sammenlignet med stasjoner med flere konkurrenter innen relativt kort kjøretid.

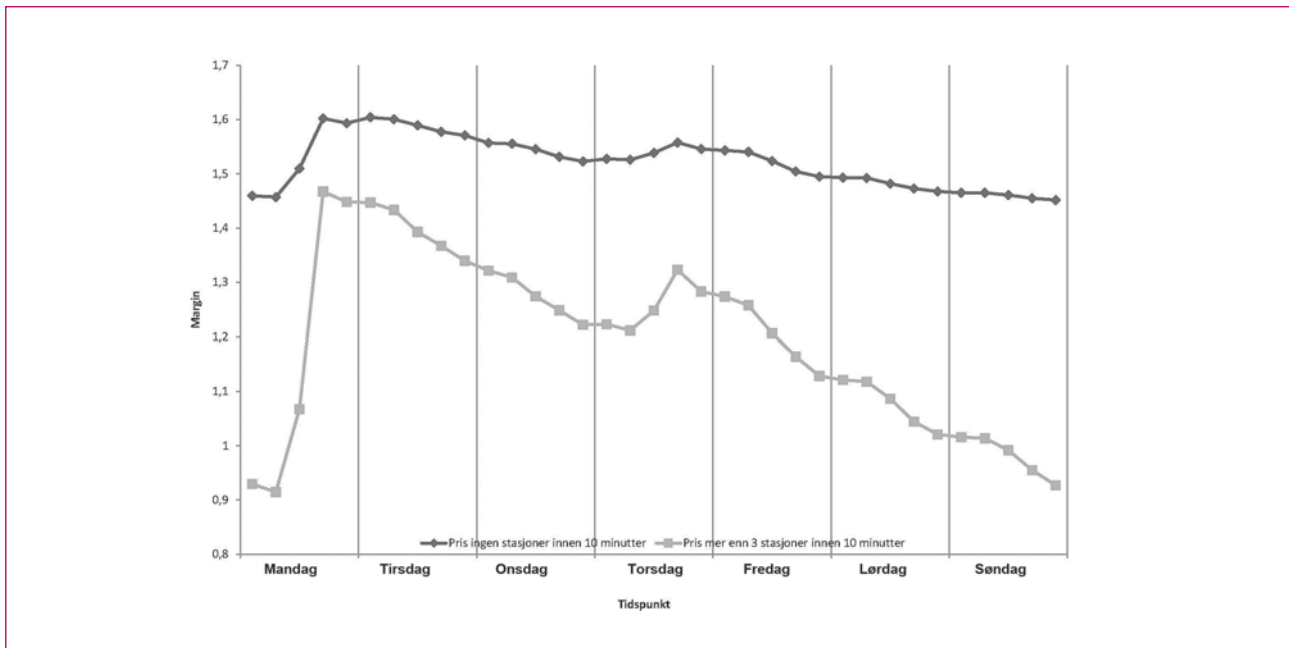
Samtidig er det interessant å merke seg at det gjennom uken er hardere priskonkurranse på stasjoner med flere konkurrenter i nærheten, ettersom prisen faller kraftigere for disse stasjonene. Differansen mellom høyeste og laves-

<sup>9</sup> Tilsynet innhentet informasjon om priser og tidspunkt for alle prisendringer, samt informasjon om omsatt volum til enhver pris i denne perioden. Konkurransetilsynet innhentet også informasjon om de enkelte stasjoners lokalisering, kjedetilknøytning og profiltipe. Med profiltipe menes kjedenes ulike merkevarer, for eksempel heter Statoils betjente stasjoner Statoil, mens de ubetjente heter 1-2-3. Basert på lokalisering har tilsynet utarbeidet informasjon om geografiske forhold og om antall konkurrenter innenfor ulike avstander fra den enkelte stasjon.

<sup>10</sup> De innsamlede dataene nevnt i punkt 3.1 har blitt satt sammen i et paneldatasett. Pris- og margingrafene i denne artikkelen fremkommer ved hjelp av paneldataregresjoner utført på dette datasettet. For å håndtere den store datamengden har tilsynet delt hvert døgn inn i fem tidsperioder, hver på 4 timer og 48 minutter. Oppdelingen er valgt for at tidsrom med russtrafikk skal havne i samme periode, og for å sikre at de tidspunktene der man typisk ser prisøkninger også faller innen samme periode. Tidsperiodene i hvert døgn er gitt som 00:00-04:48, 04:48-09:36, 09:36-14:24, 14:24-19:12, 19:12-00:00, totalt 35 observasjoner per uke. Hver av disse tidsperiodene er gitt som et punkt i grafene i artikkelen. Hvert punkt viser en vektet gjennomsnittspris for den aktuelle tidsperioden.

<sup>11</sup> Stasjoner i samme kjede som utgangsstasjonen er inkludert.

Figur 2 Sammenligning av bruttomargin gjennom uken for stasjoner uten andre stasjoner innen 10 minutters kjøretid og stasjoner med mer enn tre andre stasjoner innen 10 minutters kjøretid. Margin i kroner per liter.



te margin gjennom uken er 15 øre for stasjoner uten konkurrenter innenfor 10 minutters kjøretid. Differansen for stasjoner med minst tre konkurrenter innenfor 10 minutters kjøretid er 55 øre, altså en forskjell på 40 øre.

Samtidig viser figuren et interessant resultat i forhold til prismønsteret. I områder med få aktører er prismønsteret flatere med relativt mer stabile priser gjennom uken. I områder hvor det er mange aktører, varierer prisene mer og ukemønsteret som ble nevnt innledningsvis blir klart mer framtrepende. Dette ukemønsteret innebærer at prisen er høyest mandag ettermiddag og at den deretter synker gjennom uken, og når sitt laveste nivå mandag formiddag, før den igjen brått stiger. Et unntak fra dette er at det i perioder også observeres en ny prisoppgang torsdag ettermiddag.

### 3.2 Prisforskjeller på fylkesnivå

Norge har spredt bosetning og det er store forskjeller i befolkningstetthet mellom ulike steder i landet. En vil forvente at dette også påvirker tettheten mellom bensinstasjonene og dermed prisene på drivstoff på en måte som gir relativt høyere priser i områder med lav befolkningstetthet.

Som nevnt innledningsvis var prismønsteret i drivstoffmarkedene gjenstand for debatt i media våren 2008.

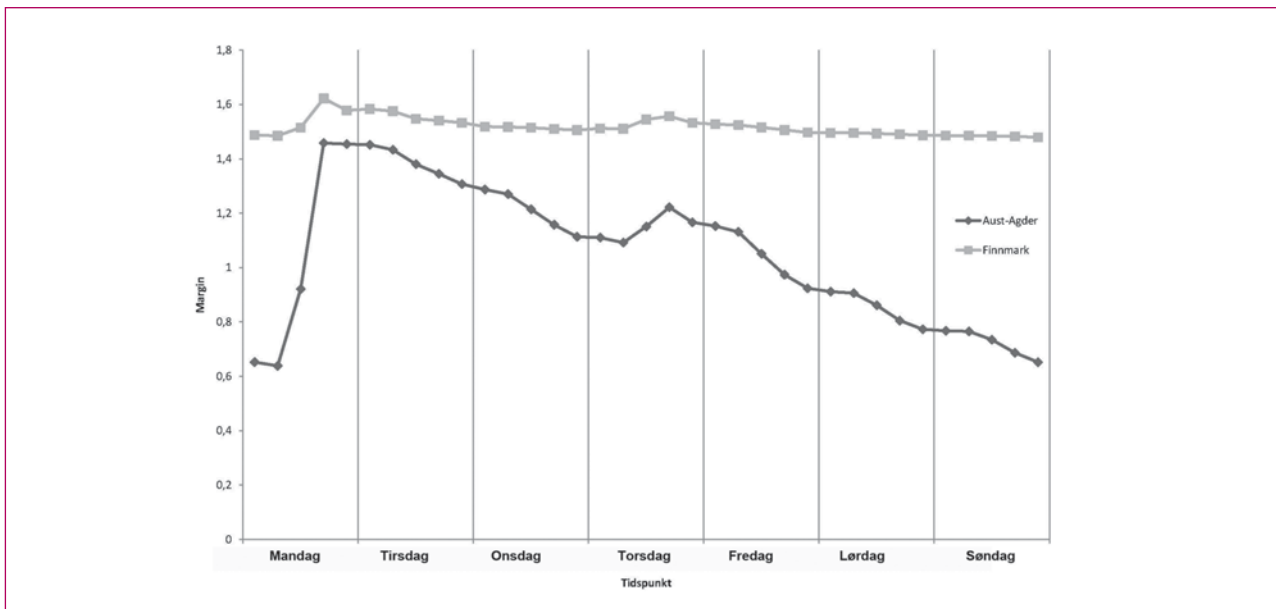
Konkurransetilsynets analyser viser at et ukemønster kan identifiseres gjennom hele perioden 2005 til 2008. Det er imidlertid store lokale forskjeller i dette mønsteret.

Konkurransetilsynet har ved hjelp av regresjonsanalyser undersøkt forskjeller i prisenivå og prismønster på fylkesnivå. Figur 3 viser utviklingen i bruttomargin gjennom uken for Aust-Agder, som er et fylke som har lave priser, og Finnmark som har klart høyere priser. Fra figuren ser vi at Finnmark ikke har et like tydelig mønster som vi har sett for landet som helhet og som vi ser for Aust-Agder. I Aust-Agder er stasjonstettheten klart større enn i Finnmark, jf. tabell 1. Observasjonen kan derfor tyde på at sterkere konkurranse gir lavere priser og et prismønster med en tydelig ukesyklus. Figur 3 viser dette for 2008. Tilsvarende resultat gjelder for de øvrige årene i analysen. I så måte synes det som at prissykler har en større tendens til å oppstå jo hardere den lokale konkurransen er. Fylker med spredt bosetting (som for eksempel de tre nordligste) har færre stasjoner som ligger i nærheten av hverandre og vi forventer derfor slike forskjeller mellom fylkene, jf. figur 2.

### 3.3 Lokale variasjoner

For å illustrere virkninger av den lokale konkurransen har vi valgt å ta utgangspunkt i noen konkrete områder i

Figur 3 Sammenlikning av gjennomsnittlig bruttomargin i løpet av en uke i 2008 for Aust-Agder og Finnmark. Margin i kroner per liter.



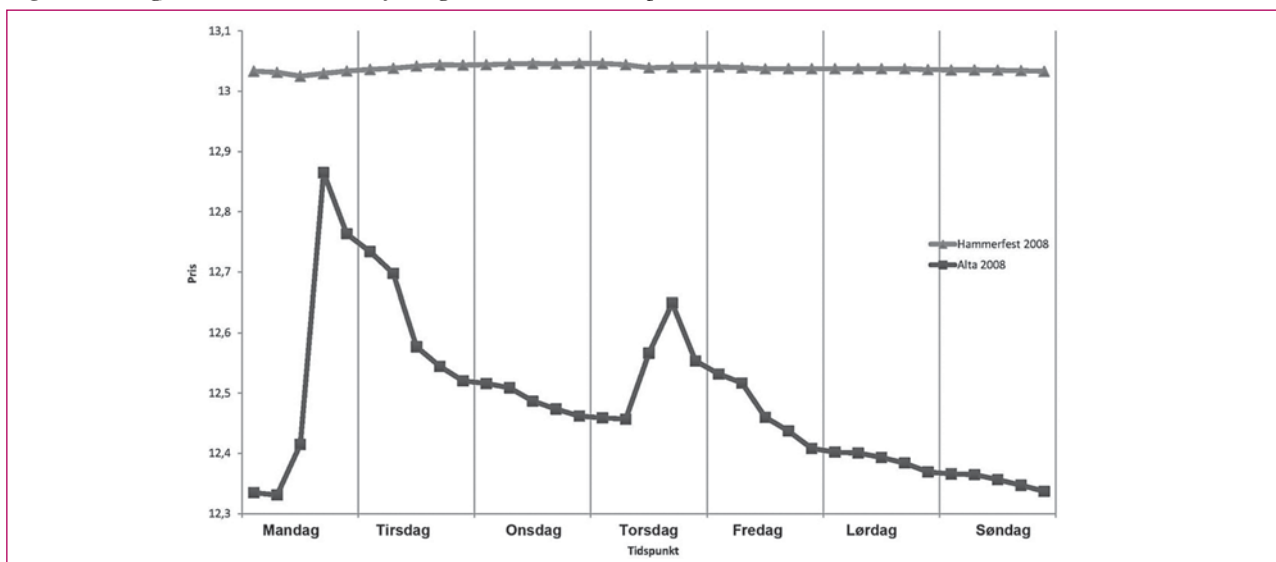
Finmark og Hordaland. Disse fylkene har både by- og bynære strøk, samt mer rurale områder. Fylkene fanger dermed opp en god del variasjon. Resultatene fra de lokale områdene som presenteres her er eksempler og kan derfor ikke nødvendigvis brukes til å trekke generelle konklusjoner.

I Finnmark er det som vist ovenfor ikke en utpreget ukesykel i prisstrukturen totalt sett. Når dataene i Finnmark analyseres på kommunenivå fremgår det imidlertid at bildet er mer sammensatt.

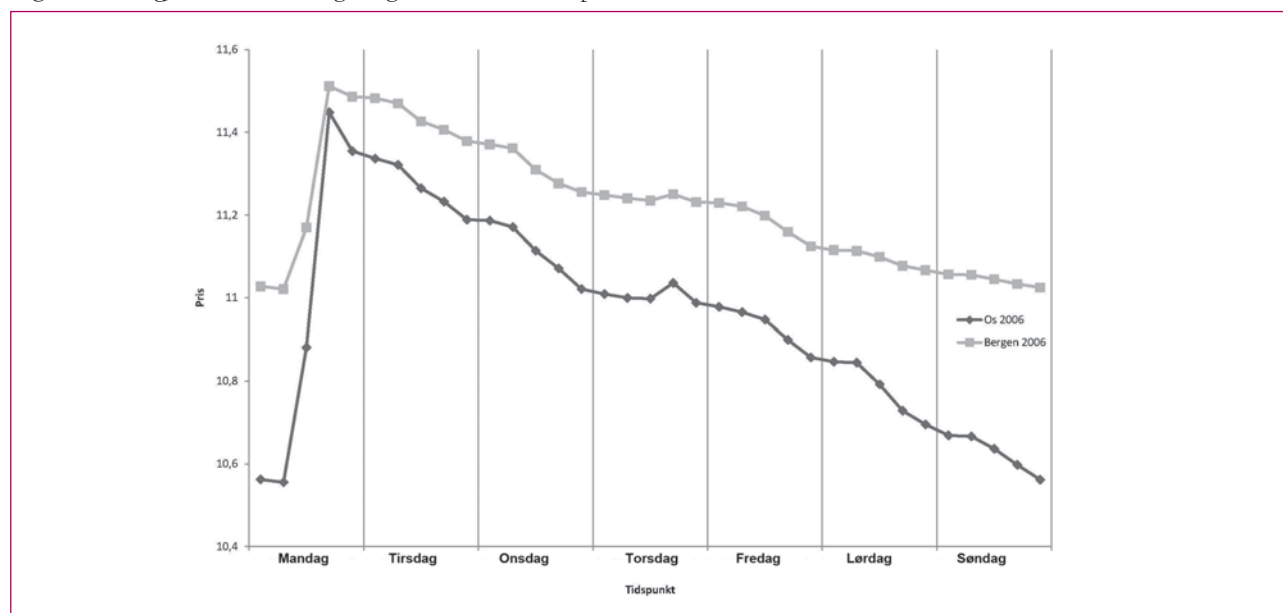
Figur 4 viser de typiske prisene gjennom uken i Hammerfest og Alta for 2008. Av figuren ser vi en klar forskjell i prismønster og prisnivå mellom de to byene. Alta har en ukesykel som er klart mer lik landsgjennomsnittet. Prismønsteret i Hammerfest er klart forskjellig fra det som observeres i Alta. Alta har lavere priser enn Hammerfest gjennom perioden. I store deler av perioden er forskjellen over 40 øre.

I Alta er det fire kjeder som er til stede med totalt sju stasjoner, mens det i Hammerfest er tre kjeder med totalt fem

Figur 4 Pris gjennom uken Hammerfest og Alta 2008. Kroner per liter.



Figur 5 Pris gjennom uken Bergen og Os 2006. Kroner per liter.



stasjoner som konkurrerer. Folketallet i Alta er også omtrent dobbelt så stort som i Hammerfest.

En mulig årsak til forskjellen i prismønsteret kan være at YX kun er til stede med en ubetjent stasjon i området. En ubetjent stasjon vil normalt ha lavere kostnadsnivå og derfor kunne prise mer aggressivt enn en betjent stasjon. Spesielt kan dette gjelde når kjeden ikke har en betjent stasjon i området. Endringen i prismønsteret kan gi en indikasjon på at ubetjente stasjoner i et område kan føre til lavere priser.

En klar endring i prisstrukturen kan observeres i Hordaland og spesielt i Os kommune, en nabokommune til Bergen. Os har vært kjent som en kommune med relativt lave bensinpriser. I Figur 5 sammenlignes prisene i Bergen og Os for 2006. I 2006 ligger prisene i Os lavere enn i Bergen gjennom hele uken og fallet i pris gjennom uken er klart større på Os enn i Bergen. Prisene i Bergen faller i gjennomsnitt med ca 49 øre gjennom uken, mens de på Os i gjennomsnitt faller med 89 øre. Figur 6 viser at prisene i Os varierer mindre gjennom uken i 2008 sammenlignet med 2006. Årsaken til denne utviklingen kan være sammensatt, men én endring som kan ha påvirket prisstrukturen er en endring i kjedetilknytning for stasjonene i Os-området. I 2006 var alle de fire store kjedene til stede, men fra begynnelsen av 2008 forlot Shell området da en tidligere forhandlereid Shell-stasjon inn-

gikk avtale med Best. Denne Best-stasjonen får drivstoffet levert fra Statoil, som allerede er etablert i Os.

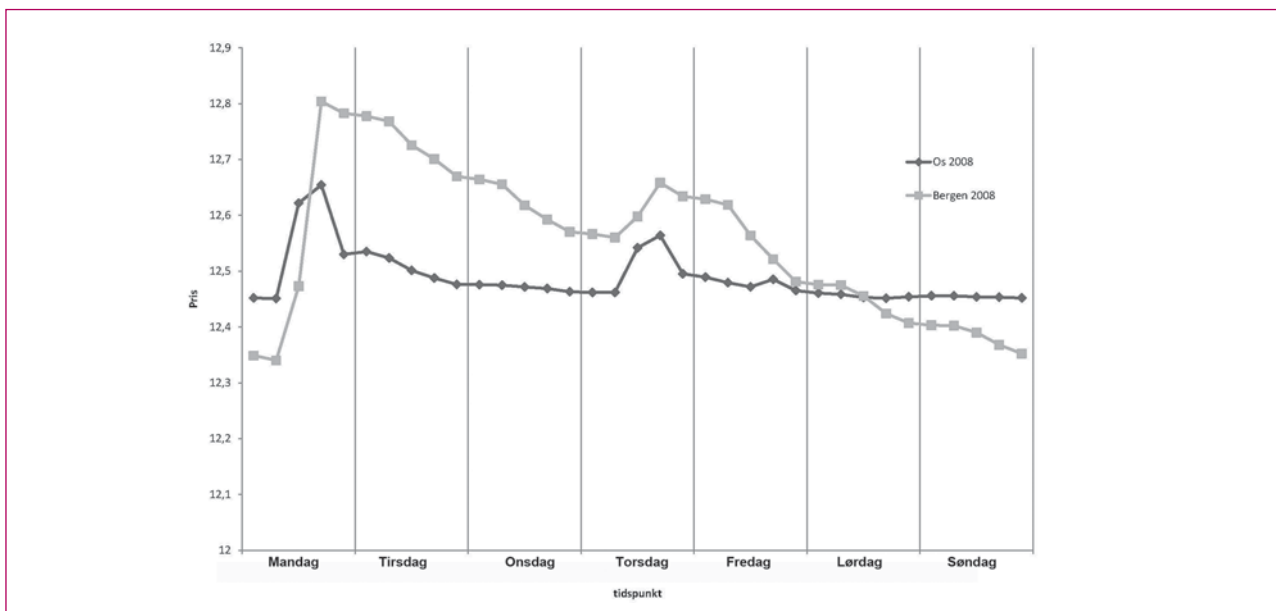
Prisnivået i Os sammenlignet med Bergen har også endret seg i perioden. I 2006 lå prisnivået i Os gjennomgående lavere enn i Bergen. I 2008 er bildet mer sammensatt og prisnivået i Os er da på samme nivå eller høyere enn i Bergen i helgene. Dette kan tyde på at endringer i kjedetilknytning kan påvirke både prisnivået og prisstrukturen i et område.<sup>12</sup>

### 3.4 Betjente vs. ubetjente stasjoner

I utgangspunktet forventes det at ubetjente stasjoner skal ha en lavere pris enn betjente stasjoner som følge av et lavere kostnadsnivå. I undersøkelser av prisene i de forskjellige fylkene der det også fokuseres på ubetjente stasjoner og antall konkurrenter innenfor fem minutters kjøretid, støtter dataene denne antakelsen. Ubetjente stasjoner har i gjennomsnitt 22 øre lavere pris enn betjente stasjoner, alt annet likt. Den positive konkurransemessige effekten av ubetjente stasjoner understøttes også av eksemplene fra de lokale områdene, jf. 3.3.3. Der fremgikk det også at det ikke er uvesentlig hvem som leverer til de ubetjente stasjonene. Eksemplene viste at effekten på konkurransen kan være sterkere i et område dersom den ubetjente stasjonen har en eier som ikke allerede er representert i området gjennom en betjent stasjon.

<sup>12</sup> Tilsvarende analyser fra andre områder indikerer også at det kan eksistere forskjeller i konkurranse mellom områder innenfor relativt korte geografiske avstander. En nærmere beskrivelse av dette er gitt i rapportens del 3.3.3.

Figur 6 Pris gjennom uken Bergen og Os 2008. Kroner per liter.



Analysene i avsnitt 3.1-3.4 viser at faktorer som i henhold til økonomisk teori antas å påvirke konkurransen positivt ser ut til å gjøre nettopp det. Betydningen av antall stasjoner i et område er vesentlig for både prisnivå og prismønstre og understreker drivstoffmarkedenes lokale dimensjon. Flere lokale stasjoner gir typisk et lavere prisnivå og en større sannsynlighet for et utpreget mønster med sykliske priser gjennom uken. Graden av konkurranse og dermed prisnivå varierer i ulike deler av landet, også innenfor korte geografiske avstander. En annen sentral konkurransefaktor er tilstedeværelsen av ubetjente stasjoner. Analysen viser at ubetjente stasjoner bidrar til lavere priser, og eksempelet fra Alta indikerer at dette kan gjelde spesielt når stasjonene tilhører en kjede som ikke er representert med flere stasjoner i det lokale området.

### 3.5 Pris- og etterspørselsmønstre

Konkurransetilsynets analyser viser at et prismønster med høy pris mandag ettermiddag og lavere pris gjennom uken har etablert seg i store deler av det norske markedet fra våren 2004. Dette mønsteret vedvarer gjennom analyseperioden som strekker seg til november 2008. I tillegg fremkommer det at i deler av den studerte perioden stiger pri-

sene også på torsdager i mange områder. I disse områdene ser man altså to pristopper innenfor en uke.

Spørsmålet er da i hvilken grad forbrukerne tilpasser seg til prismønsteret i markedet gjennom å handle drivstoff på dager med lav pris. Dette kan en få fram ved å undersøke hvor mye drivstoff som selges på ulike dager og hvordan dette etterspørselsmønsteret har endret seg over tid.

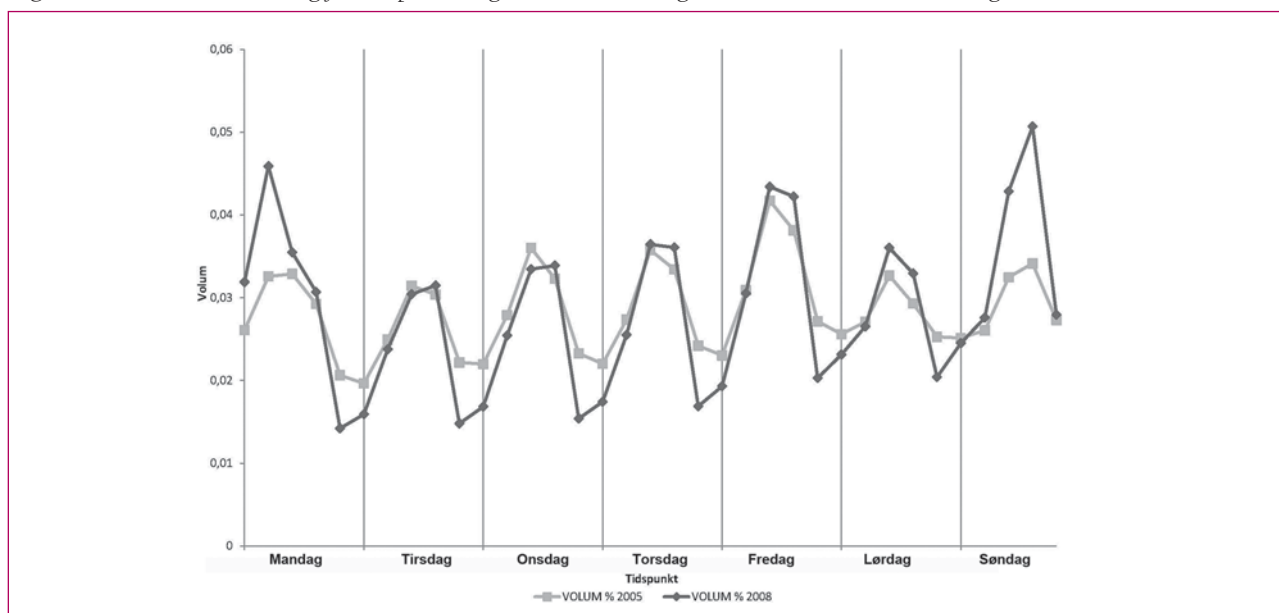
Fra de innsamlede dataene ser det ut til at forbrukerne har endret sitt handlemønster i løpet av de siste årene. Figur 7 viser hvordan det gjennomsnittlige etterspørselsmønsteret var gjennom uken i henholdsvis 2005 og 2008.<sup>13</sup>

I figur 7 fremgår det at bensinkundenenes handlemønster har endret seg fra 2005 til 2008. Konsumentene har tilpasset seg slik at de i større grad fyller bensin på dager der bensinen er relativt sett billig. En større andel av forbrukerne kjøper bensin søndag og mandag morgen i 2008 sammenlignet med i 2005. Samtidig ser vi at det handles mindre på kvelden de øvrige ukedagene i 2008 sammenlignet med 2005. Analysene viser også at denne utviklingen har skjedd gradvis fra 2005 til 2008.

<sup>13</sup> I fotnote 10 fremgår det at tilsynet har delt døgnet inn i fem tidsperioder for å håndtere den store datamengden. Dette medfører at vi også må fordele volumet på tidsperiodene som hver pris har vært gjeldende. Bak hvert prispunkt kan det ligge forskjellige prispunkter og jo færre prispunkter det er bak et punkt jo mer upresis blir volumberegningen. Ettersom det er færre prisendringer på nattetid betyr dette at man fordele volumet som kan være fylt tidlig på kvelden også på nattetid. Fra figuren ser vi at svingningene gjennom døgnet er mindre i 2005 enn i 2008. En grunn til at svingningen er mindre er at det foretas hyppigere prisendringer i 2008 slik at hvert punkt blir mer presist. Den store forskjellen mellom søndag og mandag i de to årene er imidlertid av en slik størrelse at dette er en klar indikasjon på at prismønsteret omtalt ovenfor har ført til at konsumentene har endret sin adferd.



Figur 7 Volumsammenlikning fordelt på ukedager mellom 2005 og 2008. Andel av ukesomsetningen.



Denne delen av analysen viser at kundene tilpasser seg prismønsteret gjennom økt etterspørsel på søndager og tidlig mandag. Denne forskyvningen av etterspørsel har skjedd gradvis gjennom den analyserte perioden. Samtidig ser vi at områder som har en annen prisstruktur gjennom uken også har en annen etterspørselsstruktur. Dette tilsier at kundene tilpasser seg det lokale prismønsteret.

#### 4 KONKURRANSEMESSIGE UTFORDRINGER

Det foregående kapitlet pekte på ulike faktorer som påvirker konkurransen i drivstoffmarkedet. Analysene viser at faktorer man i utgangspunktet forventer er positivt for konkurransen, som for eksempel antall stasjoner i et område, faktisk fører til lavere priser på drivstoff. Samtidig er det viktig å påpeke at det selv i områder med relativt lave priser er rom for hardere konkurranse. I dette punktet drøftes derfor noen tiltak tilsynet mener kan være tjenelig for å styrke konkurransen i drivstoffmarkedet både på lokalt og nasjonalt nivå.

Et viktig funn i forrige kapittel var at antall stasjoner innenfor et område har stor betydning for konkurransen. Et av eksemplene viser at det kan være betydelige forskjeller både i prisnivå og prismønster, selv innenfor korte avstander. Videre indikerer de analyserte områdene at antall kjeder er viktig for hvilket prismønster som observeres. Eksemplene fra lokale områder kan indikere at det

må være relativt mange stasjoner fra ulike kjeder tilstede før konkurranseeffektene blir tydelige.

Funnene viser at det er viktig å ta hensyn til den lokale konkurransen. En reduksjon av antall aktive kjeder i et lokalt område vil derfor være av betydning selv om det for landet sett under ett kun i begrenset grad vil påvirke styrkeforholdet mellom aktørene.

For å styrke konkurransen i drivstoffmarkedet er tilsynet opptatt av å redusere eventuelle etableringshindringer både på nasjonalt og lokalt nivå. Analysene indikerer at tilstedeværelsen av ubetjente stasjoner kan gi lavere priser. Eksempelet fra Alta viser at det kan være lavere priser i områder der det opererer en ubetjent stasjon uten en betjent stasjon tilknyttet samme kjede. Dette fremstår også som naturlig ettersom en lav pris hos den ubetjente stasjonen da øker omsetningen på bekostning av en konkurrerende stasjon og ikke en betjent stasjon i samme kjede. Det vil med andre ord ikke være noen kannibaliseringseffekt på salget hos den betjente stasjonen, og den ubetjente stasjonen trenger da ikke ta hensyn til dette i sin prissetting. En fremvekst av en landsdekkende kjede av ubetjente stasjoner uten bindinger til betjente stasjoner vil derfor sannsynligvis være positivt for konkurransen både på et nasjonalt nivå og i mange lokale områder.

Samtidig er det et faktum at overgangen fra betjente til ubetjente stasjoner har gått senere i Norge enn i for



eksempel Sverige.<sup>14</sup> Det finnes flere hindringer for en slik overgang til ubetjente stasjoner. For å kunne etablere stasjoner er man for eksempel avhengig av egnet tomteland, som er regulert for bensinstasjonsdrift. I tillegg er man avhengig av sikre leveranser av drivstoff. Et potensielt pro-

blem i den forbindelse er at man enten må bygge opp depotkapasitet eller at man må skaffe seg avtaler med eksisterende depoter for leveranser av drivstoff.<sup>15</sup> Konkurransetilsynet anser tiltak som kan bøte på disse hindringene, som viktige for å sikre større konkurranse.



# ABONNEMENT

## HUSK!

*Abonnementet løper til det blir oppsagt, og faktureres per kalenderår.*

[www.samfunnsokonomene.no](http://www.samfunnsokonomene.no)

<sup>14</sup> Se pkt. 2.1.

<sup>15</sup> Statoil, Shell, Esso og YX har egne drivstoffdepot i Norge. Disse har en avtale seg imellom som gir dem mulighet til å hente ut drivstoff fra samtlige depot i Norge. Best har hatt leveringsavtale med ulike aktører i markedet, og disse avtalene inngås på vanlige kommersielle vilkår og kan ha varierende varighet. Med ujevne mellomrom vil derfor Best gå inn i forhandlinger for ny avtale om levering. Over tid kan det derfor variere hvem som leverer drivstoff til Best. Per 2009 er det Statoil som er hovedleverandør til Best. JET har ingen egne depot i Norge, men har i hovedsak fått drivstoff levert fra lagrene til andre norske aktører. JET har også et depot i Strømstad i Sverige.