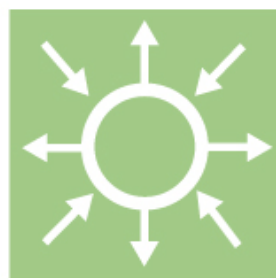




Market Design

Utvärdering av den tredje etappen
2006 – 2009

Elforsk rapport 09:105



Market Design

Utvärdering av den tredje etappen

2006 – 2009

Elforsk rapport 09:105

Förord

Utvärderingen har i allt väsentligt baserats på intervjuer med personer som direkt varit verksamma inom ramen för eller varit delaktiga i Market Design men också andra personer med insikt om den svenska elmarknaden och dess behov av kunskap, underlag och forskning. Intervjuerna har kompletterats med faktainsamlingar.

Alla intervjuade har med stort engagemang och intresse varit beredda att bidra med information, kunskap och synpunkter som varit relevanta för bedömningen av Market Design.

Författaren till utvärderingen vill härmed ta tillfället i akt att tacka alla som på olika sätt bidragit med underlag för utvärderingen.

De slutsatser och rekommendationer som ges i rapporten är författarens egna.

Sammanfattning

Sedan starten 2001 har Market Design finansierat ett 50-tal projekt med en sammanlagd budget på mer än 40 Mkr. Den innevarande perioden har en budget på totalt ca 18 Mkr. Inom perioden har till och med augusti 2009 stöd lämnats till 18 projekt. Market Design har som målsättning att skapa kunskap om och underlag för diskussioner om den avreglerade elmarknaden i syfte att vidareutveckla dess funktion.

Utvärderingen avser programmet för etapp III dvs. perioden 2006 – 2009. Den bygger på ett 40-tal intervjuer med personer i programstyrelsen, tidigare ledamöter i densamma, andra finansiärer, företag som valt att stå utanför programmet, uppdragstagare och personer med erfarenhet och kunskap med relevans för Market Designs frågeställningar ur olika perspektiv. Utöver intervjuerna har ett stort antal dokument som protokoll, programbeskrivningar, budgetsammanställningar, deltagarförteckningar, seminarieprogram, den tidigare relevansutvärderingen etc. som belyser verksamheten studerats. De enskilda projekten har inte granskats utan enbart programmet som helhet.

Fokus i arbetet har legat på att analysera programmets relevans, nyttan ur olika perspektiv, programmets administration/hantering, resultatspridningen och måluppfyllelse samt väsentliga frågeställningar som lyfts fram vid intervjuer.

Slutsatser

Utvärderingen visar att programmet har en tydlig nisch och att det inte finns överlappningar med andra program vilket säkerställs genom sammansättningen av programstyrelsen. Den visar också följande:

- **Relevans**

Intervjuerna visar att programmet behandlat alla väsentliga forskningsområden. Det finns inga signaler på att viktiga områden eller projekt valts bort. Det finns dock ett tidsglapp mellan programdefinitionen som sker åtminstone ett halvt år före programstart och programmets genomförande. Det kan leda till svårigheter att överblicka de frågeställningar som kan bli aktuella under hela perioden vid definitionsfasen.

Det kan finnas anledning att ha en större reserv i programbudgeten under den kommande programperioden mot bakgrund av de utmaningar som den avreglerade elmarknaden står inför.

- **Programmets nytta**

Programmet har medverkat till att skapa ett gemensamt beslutsunderlag för myndigheter och företag i samband med utvecklingen av den avreglerade elmarknaden. Det har också medverkat till att skapa ett nätverk av individer i olika organisationer som arbetar med gemensamma frågeställningar.

En synpunkt som förs fram av de intervjuade är värdet av att kunna informellt diskutera väsentliga frågeställningar med olika aktörer i programstyrelsen. De

intervjuade understryker betydelsen av programstyrelsens sammansättning. Det är viktigt att de som deltar i styrelsen också har inflytande över frågornas hantering i respektive organisation.

- **Nyttan av projekten**

Projekten har enligt de intervjuade bidragit med kunskapsuppbyggnad i företagen och organisationerna. Projekten är i allmänhet väl kända. En aspekt som förs fram är att projektresultaten utgör en kunskapskälla för olika ställningstaganden i respektive organisation. Det går dock inte att peka på konkret användning av resultaten i ett beslutsfattande.

Det finns en tydlig återkoppling mellan projekten och intressenterna via projektseminarierna. De senare är välbekanta och uppskattade vilket ger ett ömsesidigt informationsutbyte mellan branschen och projektgenomförarna. Det förefaller vara så att resultaten kommer till snabb användning inom branschen.

- **Programmets hantering och administration**

Förhandlingarna om programmets innehåll i samband med finansieringen av den påföljande programperioden garanterar relevansen i innehållet. Programstyrelsens och de olika projektens referensgruppers arbete är garanten för kvalitet i de enskilda projekten. Referensgrupperna kommer i allt väsentligt från finansiärernas organisationer. Intervjuerna pekar på att projekten emellanåt skulle vinna på ett vetenskapligt metodstöd som finansiärernas representanter inte kan bistå med.

Kommentarerna har varit att styrelsearbete varit konstruktivt och aktivt. Under perioden har det dock varit en stor omsättning av ledamöter i styrelsen till förfång för kontinuiteten i styrelsearbetet.

Kansliets (EME Analys och Elforsk) stöd till programmet får höga betyg såsom kompetent, professionellt, drivande och god service. De intervjuade anger bl.a. en snabb och effektiv handläggning av projektansökningar.

- **Resultatspridning**

Market Design är välkänt bland flertalet av de intervjuade. De känner till projekten men inte rapportdatabasen och använder densamma i liten utsträckning. Nyhetsbrev är relativt välkända med reservation för dem som inte är aktiva i programmet.

Projektseminarierna är välbekanta och välbesökta. Intervjuerna reser dock frågan om programmet når och engagerar alla målgrupper (individer) som skulle kunna dra nytta av resultat och bidra till utvecklingen.

- **Måluppfyllelse**

Programmet har som mål att ta fram ny kunskap och stödja samverkan mellan olika aktörer och dessa mål har med säkerhet uppfyllts. Det är däremot mer tveksamt om programmet bidragit till målen att stärka rekryteringsbasen för branschen, forskarsamverkan inom Norden och stärka kunskapscentra inom högskolan.

Det leder till frågan om programmets målsättningar är rimliga och möjliga att uppfylla.

Sammanfattande bedömning

Programmet har varit relevant, till stor nytta för företagen och branschen i stort samt att det har hanterats väl. Finansiärerna har fått valuta för pengarna och det omdömet gäller såväl för företagen som för myndigheterna vilka kan behöva ha ett vidare nyttoperspektiv.

Det gör att det finns all anledning att stödja en nästa etapp av programmet.

Inför den kommande programperioden

Utvärderingen visar att det finns frågeställningar som behöver vidare överväganden och behandling inför den kommande programperioden. De redovisas nedan med förslag till åtgärd:

- **Framåtblickande projekt**

Programstyrelsen bör stimulera projekt som fångar upp de nya problemställningar som kommer fram via t.ex. "smart grids", nya konsumentkategorier (laddhybrider t.ex.), stor andel förnybar energi etc. som skapar nya förutsättningar för regelverk, marknadsinstrument, tariffer etc.

- **Resultatspridning**

Ansträngningar bör göras för att marknadsföra programmet mot fler företag i branschen. Kansliet bör göra en översyn över sändlistor och andra informationskanaler för att sprida kunskap om programmet och dess resultat. Det bör ske selektivt för att nå aktörer som hittills inte nåtts men som kan vara av betydelse för programmets verksamhet. I det ligger också att se över möjligheterna att engagera fler företag inte minst som finansiärer att delta i Market Design.

- **Kretsen av utförare**

För närvarande är kretsen av utförare begränsad vilket kan bero på resurs- och kompetensbrist eller av ointresse. Vid intervjuerna framförs åsikten att det borde finnas fler som kan och vill genomföra projekt på uppdrag av Market Design. Det gör att Elforsk och/eller Market Design bör initiera en genomlysning/inventering av den relevanta resurs- och kompetensbasen i Sverige i syfte att om möjligt bredda basen av utförare. Det bör ske i samverkan med den analys/utvärdering som för närvarande genomförs och koordineras av Formas.

- **Programmets beroende av en person**

Enligt intervjuerna är programsekreteraren av central betydelse för programmets genomförande vilket uppfattas skapa en sårbarhet. Frågan har lyfts i den tidigare utvärderingen utan åtgärd. Kommentarer från de intervjuade pekar på att frågan bör tas upp till diskussion i programstyrelsen inför den kommande programperioden i samband med beslut om administration av programmet.

- **Intressekonflikt eller?**

Programstyrelsen bör ta upp en diskussion om det är förenlig att en organisation dels har uppdraget att vara programsekreterare och ansvarig

för projektadministration, dels uppdragstagare åt Market Design inför det kommande programmet mot bakgrund av de kommentarer som framkommit vid intervjuerna.

- **Ansvar och befogenheter**

Programstyrelsen bör diskutera och besluta dels om en eventuellt formaliserad hantering av ansökningar och slutrapporter inklusive publicering, dels om en formalisering av referensgruppernas arbete (instruktion) dvs. ansvar, roll och rapportering med syfte att tydliggöra ansvar och befogenheter.

- **Kvalitetssäkring av projekten**

Programstyrelsen bör överväga om det finns behov av åtgärder för att ytterligare säkerställa kvalitén i projekten (metodikstöd främst till projekt utanför högskolan). En möjlighet är att adjungera personer med särskild kompetens för att understödja arbetet i de olika projekten.

- **Målet att stärka FoU-miljöer och utgöra en rekryteringsbas för branschen**

Utfallet har hittills varit begränsat. Möjligen har kunskapsöverföringen mellan etablerade forskare och forskarstuderande till personer i grundutbildningen resulterat ett visst utfall vad gäller rekryteringsbasen men omfattningen är oklar. Sammanfattningsvis gör det att kan finnas anledning att överväga om detta är en lämplig målsättning för programmet.

Summary

Market Design started 2001 and has since then supported more than 50 projects. During phase III, i.e. 2006 – 2009, 18 project were supported with a total programme budget of 18 M SEK. Market Design has focused on issues related to the deregulated electricity market primarily in Sweden. The aims have been to improve the performance of the market, to develop knowledge and support research groups.

The analysis in this report is limited to phase III of the programme. It is based on almost 40 interviews with stakeholders close to the programme such as the board, contractors and programme officers as well as others with thorough insight into issues of importance to the electricity market. Furthermore, a number of relevant documents related to Market Design have been analyzed.

The focus of the evaluation has been to address the following issues; relevance, benefits of the programme and the projects, dissemination of results, programme administration and the achievement of programme goals. The interviews reveal that some additional issues need to be addressed further.

Results

The evaluation shows that the programme has a clearly identified role in relation to other R&D programmes. No duplicate work has been identified. The board of the programme provides a sufficient guarantee. The results of the analyses are as follows:

Relevance

The interviews show that all relevant research areas have been dealt with. Nothing of significance (research areas or projects) has been omitted. The time gap between program definition and execution might require a larger budget reserve to deal with unforeseen circumstances especially in view of rapidly changing market conditions.

The benefits of the programme

Market Design has provided a common basis for decision making amongst governmental bodies and utilities regarding the development of the Nordic electricity market. A network of key officials working in the area, not the least the board, has been established to the benefit of regulatory aspects of market development. The value of this dialogue cannot be underestimated particularly as participants are influential in their respective organisation.

Use of results from projects

According to the interviews, results of projects are used frequently as an information source. It seems that the results are in general widely spread. Feedback from project contractors to stakeholders are established through

frequently held project seminars. The seminars are very much appreciated and attract numerous participants.

Administration, board and advisory groups

Decisions on project support are taken by the board based on a thorough analysis of aim, methods and budget as well as the projects being in accordance with programme objectives. An advisory group is assigned to each project as a support and a feed back channel to the sector. The procedure guarantees relevance and quality of the projects. Interviews indicate that project execution in some cases can benefit from scientific experience (methodology).

The administration of the programme is much appreciated and receives high marks in terms of its support for the programme; its efficiency, excellent service and rapid action with a high degree of professionalism.

Dissemination

The interviews reveal that Market Design is relatively well known. Stakeholders are very well aware of the projects but not the report database. The Newsletters are well known as well as the project seminars. However, the interviews indicate that it is not clear whether all relevant organisations and individuals are taking part in the program or not. An analysis should be undertaken to evaluate the situation.

Achieving programme goals

It is clear that the research in Market Design has provided new understanding and knowledge concerning the electricity market. The program has efficiently supported cooperation between stakeholders in the sector. However, there is no clear evidence of success regarding the goal to increase recruitment to the sector or the enhancement of competence centres. The same conclusion can be drawn regarding the cooperation between Nordic researchers. Consequently, revisions of goals are suggested as a part the process of establishing the next phase of Market Design.

Conclusions

The program has been relevant with substantial benefit to the Utilities and the sector at large. It has been managed well, with great skill and professionalism and successful dissemination. The support to the program has according to the evaluation been well worth the investment. Support for a next phase can be recommended.

Issues to be addressed

Comments from the interviewed persons reveal that some issues need to be addressed further by the board of Market Design and Elforsk as part of the process of establishing a phase IV of Market Design:

- Demand of visionary projects to meet challenges of a rapidly changing market.
- Methods to increase dissemination of results in the sector.
- Efforts to stimulate more participants in the program (financiers and others).

- Establish a clear view of the research landscape in the field of the deregulated market – have all potential contractors been attracted?
- How to decrease the dependency on the single program officer?
- The potential conflict of interest of having the same organisation as program officer and project contractor for individual projects.
- The need to develop a clearer role and responsibility of board and advisory groups.
- The need for increased quality assurance (scientific methods) in the projects.
- Enhance R&D centres and also base for recruitment to the sector – Are these relevant goals for the programme?

Innehåll

1	Bakgrund och syfte	1
2	Market Design	3
2.1	Fokus, perspektiv och referensram.....	3
2.2	Forskningsområden och forskningsuppgifter	3
2.3	Målsättningar.....	4
2.4	Förväntade resultat	4
2.5	Finansiering.....	5
3	Genomförandet av utvärderingen	6
3.1	Källor för analysen.....	6
3.2	Avgränsningar	6
3.3	Intervjuer	7
3.4	Användningen av intervjuresultaten	7
4	Hur drivs det Market Design	8
4.1	Generella programförutsättningar	8
4.2	Programmets administration och kansliet	8
4.3	Programstyrelsen	9
4.4	Projektens referensgrupper.....	10
4.5	Projektens tillkomst och hantering	10
4.6	När finansierar Market Design ett projekt.....	11
4.7	Projektseminarier	11
4.8	Den internationella konferensen	12
4.9	Projektens relevans och kvalitetssäkringen.....	12
4.10	Varumärket Market Design	13
5	Programmets resursanvändning	14
5.1	Hur används budgeten	14
5.2	Finansierade projekt	14
5.3	Hur fördelas medlen	16
6	Resultatanalys	17
6.1	Relevans och relation till andra satsningar.....	17
6.2	Programstyrelse	18
6.3	Referensgrupperna	18
6.4	Nyttan av att medverka i programmet	19
6.5	Stödjer programmets genomförda projekt uppställda målsättningar och syften	19
6.6	Har det relevanta beaktats i programmet.....	20
7	Är programhanteringen effektiv?	22
7.1	Projekthanteringen	22
7.2	Kansliet och dess stöd till programmet	22
7.3	Projektseminarierna.....	22
7.4	De internationella konferenserna	22
7.5	Hemsida	23
7.6	Rapportdatabasen	23
7.7	Nyhetsbrevet	24

8	Övriga kommentarer från de intervjuade	25
8.1	Resultatspridning	25
8.2	Avgränsningar mot andra program.....	25
8.3	Värdet av de mindre och medelstora företagens engagemang i programmet	26
8.4	Tillgänglig FoU inom området avreglerad elmarknad	26
8.5	Programsekreterarens roll	27
9	Har finansiärerna fått valuta för pengarna?	28
9.1	En summering	28
9.2	Rekommendationer	28
	Bilaga 1 Referenser	31
	Bilaga 2 Förteckning över intervjuade personer	32
	Bilaga 3 Exempel på mall som använts vid intervjuer med olika aktörer	34

1 Bakgrund och syfte

Elforsk är ett organ för elföretagen och staten för att gemensamt bedriva tillämpad forskning inom för branschen väsentliga problemområden. Inom dessa överenskommer Elforsks ägare och andra parter om gemensam finansiering av valda forskningsprogram/uppgifter. För närvarande bedriver Elforsk verksamhet inom följande programområden:

- Vattenkraft
- El- och Värmeproduktion
- Överföring och Distribution
- Kärnkraft
- Användning
- Omvärld och System

Inom vart och ett av dessa områden drivs olika programsatsningar varav Market Design är ett. Programmet är en del av programområdet Användning. Programmet är ett brett upplagt samarbete mellan svenska elföretag, Svensk Energi, Energimyndigheten, Energimarknadsinspektionen, Svenska Kraftnät, EBL Kompetanse i Norge och högskolor, universitet och forskningsföretag.

Market Design - programmet har sedan starten fokuserat på aktuella problem och frågeställningar kring den avreglerade elmarknaden med dess utveckling och olika problemställningar. Ett antal studier och seminarier har genomförts. Utöver detta har också fem internationella konferenser anordnats med fokus på aktuella ämnen såsom konferensen 2007, med inriktning på "Incentives to Build New Generation on Competitive Electricity Markets".

Några av de frågor som har studerats under programmets etapper har bl.a. varit:

- Skillnaderna i regleringspolicies mellan länder och hur dessa skillnader påverkar effektiviteten på marknaden.
- Möjligheterna till efterfrågereduktioner i situationer med extrema prisnivåer.
- Rutiner och system för mätning, avläsning och rapportering av energiförbrukning.
- Konsumenternas värdering av leveranssäkerhet.
- Effektiv reglering av distributionsnät.
- Hur ökad priselasticitet på efterfrågesidan kan skapas.

Sedan starten 2001 har programmet finansierat ett 50-tal projekt med en sammanlagd budget på mer än 40 Mkr. Den innevarande perioden har en budget på totalt ca 18 Mkr. Inom perioden har till och med augusti 2009 stöd lämnats till 18 projekt.

Inför den kommande programperioden 2010 – 2013 och dess finansiering arbetar Elforsk med att ta fram ett underlag bestående av:

- Programförslag för den kommande perioden.
- En utvärdering av den innevarande etappen.

Programförslaget diskuteras inom programmets styrelse och i dialog med de olika finansiärerna för ett inriktningsbeslut. I det sammanhanget skall utvärderingen belysa vad som uppnåtts inom ramen för det innevarande programmet.

Utvärderingen riktas inåt mot programmet och fokuserar i första hand på relevans, kvalité, nytta och spridning av resultaten etc. utifrån ett finansiärperspektiv (får de som stödjer programmet valuta för pengarna ur olika perspektiv). Till detta kommer en bedömning av projekthanteringen utifrån olika aktörers synvinkel som forskare och projektutförare. Slutligen är avsikten att lämna rekommendationer på åtgärder i det fall att utvärderingen visar på frågeställningar som kräver ytterligare belysning eller hantering.

2 Market Design

2.1 Fokus, perspektiv och referensram

Forskningsprogrammet Market Design syftar till att öka kunskapen om hur den nordiska elmarknaden fungerar och hur de problem som kan uppstå får en effektiv lösning. Market Design har till syfte att stödja forskning kring funktionen och regelverken på konkurrensutsatta elmarknader. Den forskning som utförs inom ramen för Market Design - programmet ska leda till mer effektiv utformning av reglering och institutioner för den svenska, nordiska och på den framtida europeiska elmarknaden.

Programmet ska stödja projekt med sikte på ökad kunskap och kompetensuppbyggnad bland elföretagen, relevanta statliga myndigheter, högskola/universitet och konsultbolagen. De frågeställningar som behandlas i projekten ska vara av gemensam karaktär för branschen och vara konkurrensneutral.

Målgruppen för resultaten är i första hand personer inom elföretagen, statliga myndigheter, högskolan, kanslihuset samt konsulter som arbetar med elmarknadsfrågor. Målet är att skapa ett forum, där branschens kort- och långsiktiga frågeställningar diskuteras och lösningar eller förslag till lösningar tas fram. Ett ytterligare syfte är att programmet ska skapa förutsättningar för att diskutera frågeställningarna med olika beslutsfattare.

Market Design har fokus och perspektiv som inte annat än undantagsvis behandlas i andra branschinriktade satsningar. Elan-programmet inom Elforsk kan möjligtvis tangeras Market Design liksom Vindforskningsprogrammet. De statliga satsningarna inom området kan möjligen återfinnas inom det s.k. AES-programmet men någon direkt överlappning har inte identifierats.

Därutöver stödjer branschen sedan 2008 i samverkan med staten en kompetensuppbyggnad inom Institutet för Näringslivsforskning (IFN) som syftar till att bygga upp en forskningsgrupp som kan arbeta med elmarknadsfrågor. Gruppen har hittills inte genomfört något projekt med stöd från Market Design.

För att undvika överlappning är programsekreteraren från Market Design adjungerad till programstyrelsen för IFNs program Elmarknadens ekonomi. På motsvarande sätt är programchefen för IFNs program adjungerad till Market Designs programstyrelse.

2.2 Forskningsområden och forskningsuppgifter

För perioden 2006 - 2009 har finansiärerna/programstyrelsen valt att satsa på två huvudområden för verksamheten:

- En väl fungerande marknad för elproduktion och elhandel.
- Säkra och effektiva nät samt en effektiv nätverksamhet.

Inom ramen för dessa huvudområden har följande forskningsuppgifter identifierats för perioden:

- En Nordisk slutkundsmarknad.
- Vad krävs för att nordiska elmarknaden på ett effektivt sätt ska klara att möta en växande efterfrågan på energi och effekt och hur ska marknaden kunna bli mer "contestable" ?
- Hur får vi mer förbrukarflexibilitet i marknaden?
- Hur fungerar politiska styrmedel med marknadsprissättning på el? Detta speciellt mot bakgrund av prispåverkan från EU ETS.
- Finns det stora inträdeshinder på elmarknaden och kan de i så fall reduceras?
- Vad krävs av marknaden för att den ska kunna integrera stora volymer vindkraft?
- Hur mycket bör investeras i stamnät och utlandsförbindelser?
- Kloka regleringar som ger rätta investeringar.
- Måste nättariffer till slutkonsumenter se ut som de gör?
- Vilka affärsmöjligheter öppnar sig för nätägare och elhandlare med de nya automatiserade mätsystem som successivt införs?
- Samhällsekonomiska effekter av liberaliseringen - förstudie baserad på tidigare utredning.
- Ursprungsmärkning av el.

I några fall har uppgifterna brutits ner i deluppgifter. För var en av uppgifterna av dessa har en preliminär budgetram satts upp.

2.3 Målsättningar

Målen för Market Design är enligt programdokumentet för etapp III dvs 2006 - 2009 att:

- Ta fram ny kunskap som direkt påverkar spelreglernas utformning i Sverige och inom det gemensamma marknadsområdet (Norden, EU).
- Att rekryteringsbasen för branschen och myndigheter ökar genom att det kommer ut disputerade forskare.
- Skapa kunskapscentra på några universitet eller högskolor kring Market Designfrågorna.
- Öka samarbetet och kunskapsöverföringen mellan forskare inom Norden.
- Fler och effektivare möten sker mellan forskare, elföretag och myndigheter kring aktuella Market Designfrågor.

2.4 Förväntade resultat

Programmet förväntas leda till ökad kunskap om hur elmarknaden fungerar och hur den kan förbättras i olika avseenden. Resultaten syftar i första hand till kunskapsuppbyggnad och beslutsunderlag bland olika aktörer som kan användas i diskussionen om bl.a. regler, styrmedel, incitament, metoder, organisation etc. för att utveckla och förbättra den avreglerade elmarknaden.

2.5 Finansiering

För perioden 2006 – 2009 har programmet en budget på ca 18 Mkr som finansieras enligt följande:

Företag / organisation	Summa (Kr)
E.ON	1 975 000
EBL Kompetanse	1 113 000
Energimyndigheten	7 000 000
Energiverken i Halmstad	34 000
Eskilstuna Energi & Miljö	45 000
Fortum	1 784 000
Gävle Energi	40 000
Göteborgs Energi	172 000
Jämtkraft	103 000
Mälarenergi	121 000
Plusenergi	31 000
Skellefteå Kraft	171 000
Svenska Kraftnät	2 000 000
Umeå Energi	87 000
Vattenfall	3 000 000
Öresundskraft	98 000
Överfört från föregående etapp	309 667
Summa	18 083 667

3 Genomförandet av utvärderingen

Utvärderingen har genomförts i form av studier av relevanta dokument från Elforsk, Market Design och från andra källor samt intervjuer med företrädare för elföretagen, myndigheter, forskare/andra uppdragstagare samt personer med perspektiv på elmarknaden och dess behov av forskning och utveckling inom området.

Utvärderingen har inriktats på att bedöma programmet generellt och dess hantering inklusive dess nytta för användare av resultat, finansiärer, projektutförare, forskare etc. Dessutom har vissa principiella frågeställningar som väckts i samband med intervjuerna behandlats.

3.1 Källor för analysen

Som grund för utvärderingen har bland annat följande dokument använts:

- Programmet för 2006 – 2009.
- Projektrapporter och sammanfattningar från projekt som finansierats under perioden.
- Budget/budgetuppföljningar inklusive statusrapporter.
- Dagordningar och protokoll från möten med programstyrelsen.
- Program och deltagarförteckningar från genomförda projektseminarier.
- Program och deltagarförteckning respektive anmälningslista till de internationella konferenserna.
- Utkast till nytt forskningsprogram för perioden 2010 – 2013.
- Relevansutvärdering för programmets andra etapp.
- Kompletterande skriftlig information från Market Designs och Elforsks hemsidor.
- Information från Formas angående den utvärdering av svensk samhällsvetenskaplig forskning som genomförs 2009-2010.

I bilaga 1 redovisas en förteckning över de dokument som utnyttjats i analysen.

3.2 Avgränsningar

Market Design har en aktiv programstyrelse med representanter för finansiärerna och referensgrupper med representanter för de ingående företagen/organisationerna i respektive projekt. Det finns anledning att förutsätta att de projektförslag som finansieras är relevanta, överensstämmer med branschens behov, programmets uppsatta mål och att referensgruppernas arbete utgör garanten för projektresultatets kvalitet.

Market Design har under 2006 dessutom låtit göra en relevansutvärdering av programmet för perioden 2003 – 2006 med positiva omdömen. Utfallet av denna analys har beaktats i denna studie.

Någon särskild granskning av relevans och projektkvalité för de enskilda projekten har därför inte genomförts.

3.3 Intervjuer

Totalt har knappt 40 personer intervjuats. Det är personer som kommer från programstyrelsen (elföretag, myndigheter etc.) andra finansiärer och deltagare i referensgrupper. Dessutom har ett antal forskare, projektutförare och andra relevanta aktörer intervjuats såsom de företag som valt att inte ingå i programmet Market Design.

Av praktiska skäl har merparterna av intervjuerna genomförts per telefon. En förteckning över de intervjuade finns i bilaga 2.

Intervjuerna har i de allra flesta fall genomförts med stöd av ett frågeformulär som anpassats till respektive intervjugrupp. I bilaga 3 redovisas ett exempel på utformningen av frågeformuläret.

Alla intervjuade har på ett mycket beredvilligt sätt ställt sin tid till förfogande och svarat på de frågor som ställts i frågeformulären samt bistått med kompletterande synpunkter.

3.4 Användningen av intervjuresultaten

Utvärderingen bygger framförallt på utfallet av intervjuerna. Det betyder att bl.a. beskrivningen av styrelsearbete, referensgruppernas roll och arbetssätt, kanslifunktionen, programsekreterarens roll etc. bygger på de synpunkter och beskrivningar som framkommer vid intervjuerna. De slutsatser och rekommendationer som därefter läggs fram baseras på en samlad bedömning av intervjuresultaten.

4 Hur drivs det Market Design

4.1 Generella programförutsättningar

Elforsks och därmed Market Designs uppgift är att stödja tillämpad forskning av relevans för dess intressenter. För närvarande bedriver Elforsk verksamhet inom följande programområden:

- Vattenkraft
- El- och Värmeproduktion
- Överföring och Distribution
- Kärnkraft
- Användning
- Omvärld och System

Inom ramen för dessa bedrivs olika program som i olika utsträckning har relevans för elmarknadens frågeställningar och behöver beaktas i arbetet inom Market Design.

Elforsk arbetar med en struktur som innebär att respektive program har en programstyrelse med representanter för de olika finansiärerna. En referensgrupp tillsätts för varje projekt som finansieras inom programmen bestående av företrädare för finansiärerna.

Market Design drivs i allt väsentligt med hjälp av externa resurser. Market Design har också etablerats som ett fristående varumärke med begränsad koppling till huvudmannen Elforsk.

4.2 Programmets administration och kansliet

Elforsk har valt att lägga ut merparten av projektadministrationen på EME Analys med Peter Fritz som programsekreterare i form av kompletterande uppdragsavtal. Uppdraget som programsekreterare sker i nära dialog med Elforsks handläggare. Rollen som programsekreterare innebär bl.a.

- Beredning av förslag till nytt program i dialog med programstyrelsen.
- Sekretariat för programstyrelsen dvs. utarbetande dagordning och skriva protokoll från styrelsemöten.
- Uppföljning och dialog med de olika uppdragstagarna.
- Deltagande i projektens referensgruppsmöten.
- Beredning av projektförslag som inkommer eller föreslås av programstyrelsen.
- Administration av projektseminarier (del av förankringen av resultaten från enskilda projekt).
- Hantering av publicering av rapporter inklusive programmets slutrapport.

Programsekreteraren utnyttjar resurser inom eller genom EME Analys för att fullgöra projektadministrationen via de kompletterande uppdragen.

EME Analys har ett särskilt uppdrag att marknadsföra Market Design via nyhetsbrev, hemsida, mail-listor etc. Market Design har en egen hemsida med

kopplingar till Elforsk som administreras av EME. På hemsidan läggs anmälningar om nya rapporter, seminarier och annat aktuellt ut. På hemsidan kan också rapporter från avslutade projekt sökas. Databasen är öppen för alla intresserade. Rapporterna läggs också ut i Elforsks rapportdatabas för att öka spridningen.

Market Design har också ett nyhetsbrev med aktualiteter. Det distribueras per mail enligt en omfattande sändlista. Nyhetsbrevet administreras av EME.

EME Analys har även ett särskilt uppdrag att arrangera programmets internationella konferens som genomförs vart annat år.

Elforsks uppgift är att följa programmet via representation i programstyrelsen, ingå avtal med uppdragstagare och hantera programmets ekonomi (bokföring) samt medverka i planeringen av programstyrelsemöten och informationsaktiviteter.

Vidare sköter Elforsk det strategiska arbetet med uppbyggnaden av programmet i samband med starten samt kontakter med finansiärer och myndigheter. För att förstärka spridningen av resultaten från Market Design lägger också in programmets rapporter i Elforsks rapportdatabas.

4.3 Programstyrelsen

Market Design har en programstyrelse med 15 representanter för elföretagen (de företag som deltar som finansiärer), två representanter för vardera Energimyndigheten och Energimarknadsinspektionen, två för Svensk Energi, en för Elforsk och en för Svenska Kraftnät. Till detta adjungeras ytterligare ledamöter såsom programsekreteraren och programchefen för området Elmarknadens ekonomi från Institutet för Näringslivsforskning adjungerad.

Programstyrelsen har tre uppgifter:

- Den första uppgiften är att fatta beslut om finansiering av inkomna projektansökningar och att ta initiativ till nya projekt samt i förekommande fall justera innehållet (inriktning och budget) för dessa. Programstyrelsen är en garant för att de projekt som finansieras är relevanta för branschen och överensstämmer med intentionerna inom det fastställda programmet. I beslutet av finansiering av ett projekt ligger också godkännandet av projektets metodik.

En deluppgift är också att ta fram idéer till nya strategiska projekt som kompletterar de projekt som kommit fram genom den ursprungliga utlysningen.

- Den andra är att följa de pågående projekten dvs. deras utveckling, ekonomi och resultat samt i förekommande fall fatta beslut om större justeringar i inriktning och budget.
- Den tredje avser utformningen av programinnehållet för den kommande perioden vilket är grunden för arbetet inom den kommande programperioden.

Det finns ingen uttalad roll för programstyrelsen att godkänna slutrapport eller godkänna en rapport för publicering.

4.4 Projektens referensgrupper

Till varje projekt knyts en referensgrupp med intresserade och kompetenta personer från branschen som kan bistå i projektgenomförandet. Det sker genom att programmets finansiärer ombuds inkomma med förslag till personer (inom den egna organisationen) som har kompetens och tid att följa projekten och bistå på lämplig sätt. För flera av finansiärerna är tid en begränsande resurs vilket gör att de har svårt att delta i referensgruppsarbetet. Ut programmets synvinkel är det viktigt att de som deltar i arbetet kompetenta och kan bidra på ett konstruktivt sätt.

Referensgrupperna bistår uppdragstagaren under genomförandet med synpunkter och råd. Det är uppdragstagarens ansvar att utse ordförande och kalla till möten i referensgruppen liksom att i förekommande fall protokollera möten. Vanligtvis deltar programsekreteraren i referensgruppsmötena.

Dessutom kan referensgruppen fatta beslut om prioriteringar och vägval. Större förändringar i förhållande till den ursprungliga projektplanen (fastlagd i uppdragsavtalet) fattas av programstyrelsen. Referensgruppen granskar också slutrapporten.

I viss utsträckning har också referensgruppen en uppgift att sprida kunskap om projektresultaten i den egna organisationen men uppgiften är outtalad. Det förefaller vara så att ansvaret är kopplat till de krav som den egna organisationen ställer på intern resultatspridning.

Det finns ingen instruktion eller annan dokumentation som tydliggör roll, ansvar och befogenheter för referensgruppen eller dess ordförande. Detsamma gäller referensgruppens uppgift att sprida kunskap inom den egna organisationen.

4.5 Projektens tillkomst och hantering

I samband med starten av en programetapp utarbetas ett programförslag som ligger till grund för intressenternas beslut om finansiering. När programmet är beslutat formuleras inledningsvis en förfrågan om förslag till projekt som skickas ut till olika tänkbara uppdragstagare som får inkomma med förslag.

Information om förfrågan sprids via programstyrelsen och dess kanaler, information på Market Designs respektive Elforsks hemsida samt utskick till (kända) tänkbara utförare.

Dessa får sedan inkomma med förslag som sedan bearbetas av programsekreteraren till en helhet och inom de budgetramar som angivits för respektive forskningsområde. Förslagen diskuteras omsorgsfullt i programstyrelsen med avseende på innehåll, utförande och budget. Därefter tar programstyrelsen beslut om de enskilda förslagen (inriktning och budget). I samband med detta kan projektlistan omarbetas.

En viss del av programmets budget lämnas som reserv för att medge finansiering av tillkommande nya problemställningar. Nya projektidéer kommer från medlemmar i programstyrelsen eller på annat sätt. I det fall idén förefaller intressant får programsekreteraren i uppdrag att tillsammans med förslagsställaren formulera ett projektförslag. Vinner förslaget gehör kan

diskussion uppkomma om lämplig uppdragstagare och beslut tas om beställning av uppdraget utan allmän utlysning.

När beslut om finansiering av ett projekt har tagits tecknas avtal mellan Elforsk och uppdragstagaren om genomförandet. Det är ett standardavtal som tecknas med alla Elforsks uppdragstagare och reglerar projektets innehåll och inriktning, ekonomi och datum för färdigställande.

Slutrapporten skrivs i Elforsks rapportmall och läggs ut i Market Designs och Elforsks respektive rapportdatabaser som är öppna för alla intresserade. Rapporterna granskas av referensgrupperna, därefter tas beslut om godkännande av programsekreteraren tillsammans med Elforsks representant.

Om det skulle vara något som uppfattas som känsligt, oklart eller liknande så kan rapporten tas upp till diskussion i programstyrelsen. Ansvar för rapportens innehåll ligger på författaren.

4.6 När finansierar Market Design ett projekt

Kriterierna för om ett projekt hör till Market Design programmet avgörs av om det ryms inom det programdokument som ligger till grund parternas beslut om finansiering.

I vissa fall kan projektförslag bli föremål för gemensam finansiering med andra program inom Elforsk och dessa fall blir det en diskussion och beslut i programstyrelsen om eventuell gemensam finansiering.

Market Design har en inriktning på programmet som kan tangera frågeställningar som de ingående företagen betraktar som företagsinterna. Sådana projektförslag får endast undantagsvis finansiering via programmet.

Market Design arbetar med marknadsnära problem vilka kan väcka intresse från konkurrensmyndigheterna ur ett kartellperspektiv. Det handlar i allt väsentligt om vilka frågor företagen kan samverka om och på vilket sätt. Hittills förefaller den frågan inte blivit aktuell inom programmet.

4.7 Projektseminarier

I samband med genomförandet av olika projekt hålls ett eller flera riktade seminarier som syftar till att förankra resultaten och få en återkoppling mellan uppdragstagarna och branschens olika aktörer. Tanken är att presentera projektresultaten i ett vidare perspektiv av betydelse för frågeställningen.

Seminarierna annonseras bl.a. via programmets hemsida och via programmets nyhetsbrev. Seminarier är öppna för alla och kostnadsfria. Under perioden har 7 seminarier hållits enligt följande (med angivande av år för genomförande):

Miljömärkning av el	(2007)
Framtidens modell för balansavräkning seminarium 1	(2008)
Framtidens modell för balansavräkning seminarium 2	(2008)
Utsläppshandeln och elmarknaden	(2009)
Tillståndsprocessen för ny elproduktion	(2009)

Gemensam slutkundsmarknad (2009)

Stora volymer vindkraft (2009)

Deltagande har varit högt med representanter från företag och organisationer som är direkt engagerade i programmet.

Det finns anledning att notera att det har även varit ett betydande antal personer från företag/organisationer som inte direkt är deltagare eller finansiärer i programmet. Det visar på att frågorna har relevans för en stor grupp intressenter.

4.8 Den internationella konferensen

Market Design arrangerar vart annat år en internationell konferens på temat elmarknaden sedan 2001. Syftet är att:

- Lära av vad som sker i andra länder angående en avreglerad marknad.
- Skapa en dialog med ledande internationella forskare inom området om relevanta frågeställningar.
- Etablera internationella kontakter och skapa nätverk.

Utöver ovanstående finns en underliggande ambition att sprida kunskap om den svenska/nordiska modellen för reglering av elmarknaden. Syftet är att skapa förståelse för den nordiska marknaden och dess förhållningssätt inför en integration med den europeiska marknaden.

Deltagandet har legat runt 50 till 70 personer. Huvuddelen av de svenska deltagarna kommer från de tre stora kraftbolagen och myndighetsrepresentanter samt i viss mån från forskare/uppdragstagare från Market Design.

De kontakter som skapas under konferensen har ett betydande värde för deltagarna. Det ger kunskap för den egna organisationen liksom möjlighet att påverka andra.

Antalet presentationer som redovisar nordiska erfarenheter eller resultat från Market Design har varit begränsat.

4.9 Projektens relevans och kvalitetssäkringen

Som tidigare nämnts genomgår projektförslagen en noggrann analys i samband med beslut i programstyrelsen om finansiering. Det är en garant för att projektet är relevant och i överensstämmelse med programmets inriktning. Programstyrelsens beslut innebär också ett positivt ställningstagande till den metod som projektets förslagsställare avser använda vilket kan ses som en del av kvalitetssäkringen.

I nästa steg skall referensgruppen säkerställa att projektet genomförs i enlighet med beställningen och enligt beskrivna metoder. Referensgruppen förväntas ge råd och stöd till uppdragstagaren när det gäller genomförande. Projektsekreteraren deltar vanligtvis i referensgruppsmötena och följer på annat sätt arbetet vilket stödjer kvalitetssäkringen.

4.10 Varumärket Market Design

I samband med starten av programmet bestämdes det att etablera ett eget varumärke "Market Design" och profilera verksamheten under eget namn via hemsida, konferenser, seminarier etc. Kopplingen till huvudmannen Elforsk begränsas i allt väsentligt till att de rapporter som produceras inom Market Design läggs in i Elforsks rapportdatabas och information om programmet.

Det finns en länk från Elforsks hemsida till Market Designs och att resultat från projekten inom programmet presenterats vid Elforskdagarna 2005 – 2009 samt att Elforsk tecknar avtal med uppdragstagarna.

5 Programmets resursanvändning

I det följande redovisas vilka projekt som finansierats och hur medlen har använts. Av de 18 projekten som finansierats är flera pågående och under avslutning.

5.1 Hur används budgeten

Nedan redovisas användningen av programmets medel (i vissa fall budgetuppgifter) fram till augusti 2009 fördelat på olika ändamål:

Ändamål	Belopp i Mkr	Kommentarer
Stöd till projekt	13,5	Merparten är fördelad
Informationsåtgärder	0,8	
Den internationella konferensen	0,7	
Elforsks administration	0,9	
Slutrapport för etappen	0,5	
EMEs projektsekretariat	1,1	
Övrigt	0,5	Bl.a. projektreserv
Totalt	18,0	

5.2 Finansierade projekt

I det följande redovisas vilka projekt som finansierats och den aktuella budgeten för att ge en uppfattning om vilka frågeställningar som behandlats inom programmet samt vilka utförare som varit aktuella.

Uppgifterna om kontraktspart (uppdragstagare) är hämtade från Elforsks avtal med respektive avtalspart:

Projekt och projekt-nummer	Budget (Kkr)	Avtalspart (Uppdragstagare)	Kommentarer
Kundnyttan av en gemensam slutkunds-marknad i Norden (4399)	700	Econ Pöyry	
Nordisk slutkunds-marknad - Regelverk och kostnader (4400)	700	Econ Pöyry	

Nordisk slutkunds- marknad - Erfarenheter från bank- och telekomsektorn (4401)	100	KTH, Avd energisystem	Ej genomförd pga. av avhopp
Syntes slutkundsmarknad (4402)	150	Oklart om genomförare	Föreslaget beslutat men ej genomfört.
Tillståndsprocesser för ny elproduktion i Norden (4403)	1 400	Luleå Tekniska Universitet, Avd Samhällsvetenskap	
Investeringar i ny kraftproduktion - om betydelsen av konkurrensbegränsningar och företagens drivkrafter för investeringar (4404)	1 400	Handelshögskola i Göteborg, Avd Industriell och finansiell ekonomi	
Fältförsök (4405)	3 100	EME Analys tillsammans med Esselcon	
Effektivitetsstudier inom eldistribution med särskilt fokus på kostnadseffektivitet och elledningars placering (4406)	500	Handelshögskola i Göteborg, Avd Industriell och finansiell ekonomi	
Institutioner och regelverk på elmarknader med ökad förbrukningsflexibilitet och stor andel vindkraft (4407)	700	KTH , Avd för energisystem	
How do policy instruments function on a competitive electricity market (4408)	1 500	IVL	Finansierat i samverkan med IVL:s "samfinansierade forskningsprogram"
Stora volymer vindkraft (4409)	1 500	Vattenfall Utveckling, Econ Pöry och KTH, Avd för energisystem	
Investeringar i stamnät och utlandsförbindelser (4410)	900	Econ Pöry	

Regleringar och nätinvesteringar (4411)	400	KTH, Avd för energisystem	
Samhällsekonomiska effekter av avregleringen (4412)	200	Luleå Tekniska Universitet	
Ursprungsmärkning av el – förstudie och huvudprojekt (4413 och 4489)	190 + 293	IVL	
Stimulera användning av timvärden (4454)	400	EME Analys	
Balansavräkning (4488)	550	EME Analys	
En faktura (4521)	250	EME Analys	

Det finns anledning att understryka kontraktsparten (uppdragstagaren) ofta använder samarbetspartners eller underkonsulter. Redovisningen ovan anger endast den som är Elforsks avtalspart och inget annat.

Redovisningen ovan visar på att det finns en blandning mellan långsiktiga studier vid högskolor/universitet och mer renodlade konsultuppdrag.

5.3 Hur fördelas medlen

Nuvarande etapp av Market Design har haft en total budget på ca 18 miljoner under en treårsperiod. Enligt uppgift från Market Designs kansli har resurserna fördelats enligt följande (Mkr).

Traditionell forskning, seniora forskare	6,7
Doktorandforskning	2,0
Demonstrationsprojekt	3,6
Konsultstudier/internationella projekt	2,0
Konferenser/seminarier/informationsspridning	1,6
Projektledning	1,1
Elforsk	<u>1,0</u>
Totalt	18,0

6 Resultatanalys

De övergripande frågeställningarna är:

- Ligger satsningarna rätt och är relevanta.
- Finns det frågor som av olika skäl prioriterats bort och i så fall varför.
- Stödjer projektens resultat uppställda målsättningar och syften.
- Medelsanvändningen och dess stöd till uppställda mål

Den information som samlats in från intressenter, finansiärer etc. pekar entydigt på att Market Design har varit framgångsrikt. I det följande ges utvecklade kommentar.

6.1 Relevans och relation till andra satsningar

Analysen och intervjuerna visar att programmet svarar mot de behov som branschen haft under perioden i sin helhet om än med en dominerande projekttillströmning vid inledningen av perioden. Konstruktionen med att formulera programmets innehåll innan etappen startar och att beställa merparten av uppdragen tidigt får två följder:

- Fokus på frågeställningar som uppfattas som relevanta vid etappens början. Det är möjligt att de frågeställningar som bedömdes som relevanta i samband med beslut om stöd från finansiärerna kan dominera vilket gör att problembilden ligger ytterligare något år tidigare. De frågeställningar uppträder längre fram under perioden får hanteras inom ramen för "projektreserven".
- Eftersom projekten skall avslutas inom ramen för programperioden kan endast korta problemorienterade uppdrag av konsultkaraktär beställas mot slutet av programperioden. Det leder till svårigheter att stödja långsiktig kompetensuppbyggnad inom forskarvärlden som bygger på delaktighet av doktorander under den senare delen av programperioden.

I det fallet att det finns en stark önskan att kunna initiera en långsiktig kompetensuppbyggnad vid högskolan senare än i anslutning till programmets start så krävs en längre programperiod vilket kräver diskussion med finansiärerna.

Det är mycket tydligt att intressenterna anser att programmet är relevant och att det finns en stor nytta av de resultat som kommer fram. Flera av de intervjuade pekar på att sammansättningen av programmets programstyrelse är en garant för att det är relevanta projekt som beviljas stöd och att projektens referensgrupp säkerställer kvalitén på rapporterna.

Analysen tyder på att de satsningar som skett inom ramen för programmet ligger rätt i förhållande till de frågeställningar som varit aktuella. Programmet har också en naturlig roll i förhållande till andra satsningar som sker i branschen. Karaktären på satsningarna kompletterar det som sker inom andra program.

6.2 Programstyrelse

Intervjuerna visar att styrelsearbetet fungerar väl med en öppen och fri dialog. Handlingar skickas ut i tillräcklig tid som gör att deltagarna har rimliga förutsättningar att läsa in materialet. Ett särskilt mervärde ges till dels diskussionerna i samband utformningen av det kommande programmet liksom i samband med urvalet av projekt i samband med etappens start, dels uppdragstagarnas presentationer inför finansieringsbeslut och i samband med avslutning av projekten.

Som nämnts tidigare fattar programstyrelsen beslut om finansiering av enskilda projekt. Besluten föregås av en omfattande diskussion om budget, inriktning etc. i dialog med förslagsställaren. Emellanåt ställer styrelsen krav på att projektorganisationen skall stärkas såsom i fallet med Projekt 4405 Fältförsök där programsekreteraren fick i uppdrag av programstyrelsen att aktivt stödja projektet (inom ramen för projektbudgeten). I vissa fall kommer en projektidé upp och styrelsen söker en lämplig utförare och mer eller mindre pekar ut en individ som uppfattas lämpligt för uppdraget såsom i fallet med projekt nr 4488 Balansavräkning. Håkan Heden pekades ut av programstyrelsen som tillgänglig och lämplig utförare och EME Analys åtog sig uppdraget att administrera Hedens uppdrag relativt Elforsk.

I och med att antalet projektbeslut minskar påtagligt mot slutet av programperioden blir också arbetet i styrelsen mer översiktligt enligt de intervjuade. Det kompenseras dock i samband med att arbetet tar fart för att forma ett nytt program som innehåller intensiva diskussioner om inriktning och budget.

Ansvaret för pågående projekt och deras genomförande fortgår dock. Det sker bl.a. genom att olika uppdragstagare kommer till programstyrelsen för att presentation av projektresultat. Det är en aktivitet som av naturliga skäl ökar mot slutet av programperioden.

Under programperioden har ett flertal ledamöter bytts ut av olika skäl. Det kan leda till att kontinuiteten i styrelsearbetet begränsas och de rutiner och förhållningssätt som arbetats upp inte självklart förs vidare. Det talar för att utveckla ett dokument som beskriver styrelsens uppgifter, ansvar och befogenheter som kan underlätta arbetet för nytilträdade ledamöter.

Flera av de intervjuade understryker betydelsen av programstyrelsens sammansättning. Det kan uttryckas så att värdet av att delta i programmet ligger i att få ett forum för en informell dialog med viktiga beslutsfattare. Det är viktigt att de som ingår i styrelsen har ett inflytande/delaktighet i dessa frågor i sina respektive organisationer. Det är tydligt att de intervjuade pekar på att intresset för att delta i Market Design avtar om nivån på representationen i programstyrelsen sjunker.

6.3 Referensgrupperna

Referensgrupperna uppfattas som mycket positiva och ger ett värdefullt stöd vid genomförandet. Sammansättningen bygger på intresse och tid för att delta. Tidsåtgången gör att intressenterna emellanåt tvingas prioritera bort deltagandet i grupperna. Det gäller speciellt de mindre organisationerna.

En fråga som väckt i samband med intervjuerna är om referensgrupperna kan ge tillräckligt metodstöd för genomförandet av projekten. Det gäller projekt som genomförs av organisationer som finns utanför högskolevärlden. Det är möjligt att referensgruppernas arbete skulle tjäna på att knyta vetenskaplig kompetens till dessa projekt vilket lyfts fram i några intervjuer och på så sätt stärka kvalitetssäkringen.

6.4 Nyttan av att medverka i programmet

Arbetet inom Market Design (programstyrelse, referensgrupper och projektseminarier) skapar för de inblandade ett mycket värdefullt nätverk mellan personer som har inflytande över den avreglerade elmarknadens utveckling. Det ges möjlighet att diskutera gemensamma frågeställningar och utbyta synpunkter som sedan kan utnyttjas i den fortsatta dialogen. Möjligheten att informellt diskutera med kollegorna bedöms vara mycket värdefull för bl.a. resultatspridningen.

Utvärderingen visar att projektresultaten i många fall är betydelsefulla för intressenterna. De intervjuade anger exempel på rapporter som varit inflytelserika för olika typer av ställningstaganden främst som kunskapsunderlag. Det handlar om att få ett basmaterial för en diskussion som förväntas uppträda om något år. Värdet av att ha ett gemensamt faktaunderlag understryks särskilt av de intervjuade.

6.5 Stödjer programmets genomförda projekt uppställda målsättningar och syften

Bedömningen är att programmets projekt stödjer uppställda målsättningar om än i olika omfattning.

Ta fram ny kunskap som direkt påverkar spelreglernas utformning i Sverige och inom det gemensamma marknadsområdet (Sverige och Norden).

Intervjuerna visar att programmets satsningar väl stödjer den uppställda målsättningen. De intervjuade kan peka på olika projekt som skapat ett kunskapsunderlag som användas i olika sammanhang för att utveckla den avreglerade elmarknaden i Sverige och Norden.

Att rekryteringsbasen för branschen och myndigheter ökar genom att det kommer ut disputerade forskare.

Programmet har medverkat till finansiering av två doktorander varav den ene disputerat på försommaren 2009 och den andra kommer att disputerar under september 2009. Det skapar förutsättningar för intressenterna att rekrytera personal men så vitt känt har ännu inte det blivit fallet.

De seniora forskare och forskarstuderande som arbetar med stöd av Market Design har vanligen en undervisande roll också. Det kan i sin tur leda till att rekryteringsbasen för intressenterna vidgas på grundutbildningsnivå men det går inte att kvantifiera detta i nuläget.

Skapa kunskapscentra på några universitet eller högskolor kring Market Design frågorna.

Market design har lämnat ett omfattande stöd till olika typer av projekt som genomförs vid KTH avd Energisystem, vid Luleå Universitet och Handelshögskolan avd Industriell och Finansiell Ekonomi. Det gör att det finns goda förutsättningar för att understödja att forskningsmiljöerna och därmed stärkande av kunskapscentra vid dessa lärosäten i enlighet med den uppställda målsättningen. Det är dock svårt att kvantifiera utfallet.

Öka samarbetet och kunskapsöverföringen mellan forskare inom Norden.

Flera av projekten har genomförts med representanter från olika forskningsmiljöer/utförare inom och utom Sverige. Projektseminarierna utgör ett fora för kunskapsöverföring liksom den internationella konferensen.

Intervjuerna eller faktamaterialet i övrigt innehåller ingen information som tydligt indikerar att målsättningen uppfyllts.

Fler och effektivare möten sker mellan forskare, elföretag och myndigheter kring aktuella Market Design frågor.

Deltagandet i projektseminarierna och den internationella konferensen liksom arbetet i programstyrelsen och i referensgrupperna pekar entydigt på att målsättningen är uppfylld. De intervjuade pekar särskilt på värdet av dessa fora som informationskälla och fora för dialog. Dessutom anges det kontaktskapande elementet (nätverksbyggandet) som betydelsefullt.

Övriga kommentarer

Programmets projekt har resulterat i publicering av resultat i olika vetenskapliga publikationer. Intervjuerna indikerar på att åtminstone 3 artiklar har eller skall publiceras och som kan tjäna som vetenskaplig meritering för författaren. Det är ett resultat som stödjer den vetenskapliga aspekten på programmet.

I det sammanhanget kan nämnas att Elforsk för närvarande utarbetar en sammanställning av vetenskapliga publikationer som gjorts som följd av programmet.

6.6 Har det relevanta beaktats i programmet

I intervjuerna har det framkommit att programmet har fokus på relativt näraliggande frågeställningar dvs. något eller några års perspektiv. Uppfattningen är att programmets satsningar svarar väl mot detta perspektiv och därmed kan sägas vara relevant. I det perspektivet har ingen fråga lämnats utanför eller valts bort.

Det finns dock ett annat perspektiv som förs fram i intervjuerna nämligen det mer framåtblickande och handlar om framtiden kanske 5 – 10 år framåt. I det

sammanhanget förs två frågeställningar fram som bör komma till belysning i ett framtida program:

- Hur ser elmarknaden ut med en stor andel förnybar energi främst vindkraft, nya kundkategorier t.ex. laddhybrider och "smart grids" – vad kräver det för fysisk reglering, marknadsinstrument och annat för att få en fungerande elmarknad.
- En annan fråga som väcks är den om det regelverk vi har idag understödjer ett gott resursutnyttjande eller sitter vi fast i det gamla. Kan det vara så att regelverket skall styra mot resursutnyttjande snarare än ekonomi?

Det är inte givet att frågorna är helt signifikanta men de pekar på att det finns ett behov att belysa mera visionära frågeställningar än de som hittills varit aktuella. De intervjuade lyfter fram värdet av att blicka framåt i större utsträckning än idag och tänka fritt.

7 Är programhanteringen effektiv?

7.1 Projekthanteringen

Den allmänna uppfattningen är att projekthanteringen fungerar väl och på ett professionellt sätt. Projektidéer växer fram och "sällas" utifrån programmets målsättningar. De intervjuade anser att de projektförslag som kommer fram är relevanta för de problem som branschen står inför. De anser också att programdefinitionen är sådan att den medger nödvändig flexibilitet med avseende på förändringar i omgivningsfaktorer under programperioden som skapar nya förutsättningar för intressenterna.

Projektförslagen behandlas snabbt och på ett professionellt sätt. Tiden mellan inlämnat förslag och beslut efter eventuella justeringar i projektförslaget uppfattas som rimlig. Slutsatsen är att den är effektiv.

7.2 Kansliet och dess stöd till programmet

Utvärderingen visar att kansliet ger ett mycket gott stöd till arbetet inom Market Design. De omdömen som kommer fram vid intervjuerna är; god service när det gäller frågor om enskilda projekt, kunnighet, professionalism och ett gott stöd till genomförandet av programmet. Slutsatsen är att kanslifunktionen är effektiv och sköts väl.

Enligt de intervjuade har programsekreteraren har en central position för ett effektivt genomförande av programmet. Redan i den tidigare utvärderingen angavs detta beroende som ett osäkerhetsmoment inför framtiden. Frågan kvarstår fortfarande och bör därför tas upp till en diskussion inför nästa programperiod.

7.3 Projektseminarierna

Seminarierna är välbesökta med deltagare både från kretsen av finansiärer men i väl så stor utsträckning andra intressenter. De intervjuade pekar på att seminariernas program är mycket bra och genomförs med ett stort engagemang av deltagarna. Det ger ett gott betyg åt seminarierna i deras roll som återkoppling från branschen till projektutförarna och som informationsspridare till branschens olika aktörer.

De intervjuade pekar på betydelsen av intern resultatspridning till branschen och dess företag. Det är i och för sig inget ansvar för Market Design men frågan bör ändå ges uppmärksamhet inför framtiden.

7.4 De internationella konferenserna

Kopplingen mellan programmet och den internationella konferensen är oklar för flertalet av de intervjuade. Deltagandet från branschen är relativt gott framförallt från de stora företagen och myndigheterna men i mindre utsträckning från de mindre och medelstora företagen. Detsamma gäller

deltagande från svenska forskare/uppdragstagare med inriktning på den avreglerade elmarknadens frågeställningar.

De frågor som kan ställas är:

Är den internationella konferensen en inspirationskälla för svenska forskare/uppdragstagare inom område?

Kanske men det är tveksamt om deltagandet från de svenska aktörerna (uppdragstagare) motsvarar målsättningen. Intervjuerna ger inget stöd till någon slutsats i denna fråga.

Skapar den Internationella konferensen en dialog som skapar förståelse för den nordiska regleringsmodellen inför en integration med övriga Europa?

Det är tveksamt om kunskap om den nordiska modellen spritts på ett formaliserat sätt. Det finns dock all anledning att förmoda att informella kontakter skapats mellan svenska aktörer (elföretag, myndigheter, beslutsfattare etc.) och motsvarande personer i andra länder vilket kan leda till fruktbart informationsutbyte. Intervjuerna ger dock inget konkret svar på denna fråga.

Presentation av och diskussion om forskningsresultat inom Market Design

En analys av programmen för konferenserna visar på ett begränsat antal presentationer av resultat från Market Designs program (nuvarande och tidigare). Det är svårt att bedöma skälen till detta men följden blir att de nordiska erfarenheterna riskerar att komma i skymundan.

Sammanfattningsvis visar intervjuerna på att det finns anledning att överväga ytterligare åtgärder för att synliggöra konferensen och skapa intresse för den inom branschen i vidare mening.

7.5 Hemsida

Flertalet av de intervjuade använder inte Market Designs hemsida och inte heller Elforsks hemsida för sökning av information. De har dessutom svårt att särskilja de två hemsidorna. Utöver det pekar flera på att de får informationen på annat sätt t.ex. via deltagande i programstyrelse. Utskicket av nyhetsbrevet kan mycket väl fylla informationsbehovet.

Slutsatsen av svaren från de intervjuade leder till frågan om värdet av en egen hemsida och profileringen av Market Design som ett eget varumärke. Det förefaller som namnet Market Design är välbekant men innehållet är oklart. Det är en fråga som Elforsk och dess ägare behöver analysera och bedöma om det är en önskvärd positionering även framöver.

7.6 Rapportdatabasen

De intervjuade är relativt obekanta med Market Designs rapportdatabas. Ofta sker det en sammanblandning mellan den rapportdatabas som finns via Market Designs hemsida och den som nås via Elforsks hemsida. Frågan är om det är relevant att rapporterna finns via två sökvägar och om exponeringen externt blir effektiv.

De intervjuade lyfter fram svårigheterna att söka i databasen. I viss mån kommer motsvarande kommentarer angående sökningar i Elforsks rapportdatabas.

Flera av de intervjuade lyfter fram Värmeforsk rapportdatabas som ett föredöme för tillgänglighet, sökbarhet såsom årtal, program, ämne, fritextsökning etc. Det kan därför finnas anledning att se över utformningen av de två databaserna för att öka deras tillgänglighet för användarna.

7.7 Nyhetsbrev

Inom ramen för Market Design ges det ut ett nyhetsbrev som kommer ut 3 – 4 gånger per år som innehåller presentation av bl.a. nyheter och nyligen avslutade projekt. Enligt de intervjuade är nyhetsbrevet relativt välbekant och läses. Det kan vara så att de intresserade och närmast delaktiga följer nyhetsbrevet medan andra uppfattar det som en del av all den information som kommer via mailen och väljer bort detsamma.

Utskicket bygger på en omfattande sändlista. Kommentarer från de intervjuade pekar på att sändlistan missar ett antal branschföreträdare. Det finns därför anledning göra en översyn av distributionslistan för att skapa ett större intresse för frågeställningarna och sprida kunskap om de resultat som framkommit inom programmet.

I det sammanhanget har flera aktörer ett ansvar för revisionen av distributionslistan; Market Designs kansli, Elforsk, Svensk Energi etc.

8 Övriga kommentarer från de intervjuade

I det följande redovisas synpunkter som inkommit och som inte direkt kan hänföras till tidigare avsnitt.

8.1 Resultatspridning

De intervjuade har i flera fall uttryckt en osäkerhet om resultaten når ut till alla berörda inom branschen. Det handlar dels om att informationen når en lämplig person inom mottagarorganisationen men i lika stor grad hur informationen sprids inom den mottagande organisationen.

Idag har Market Design mailing-listor för att sprida information om projektresultat, aktuella händelser, programmen etc. till olika målgrupper. Det är möjligt att Market Design/Elforsk borde ta initiativ till att det bildas nätverk inom företagen/organisationerna för att sprida den kunskap som kommer via mail-utskick etc. vidare.

Som nämnts tidigare finns det anledning att göra en översyn av sändlistorna. Några av de intervjuade har framfört att mailen kanske fastnar i respektive företags Spam - filter vilket skulle kunna hindra kommunikationen med målgruppen. Det finns anledning att analysera denna fråga vidare både med avseende på listorna men också med avseende på eventuella spärrar som skulle kunna hindra informationsspridningen.

Det skall dock understrykas att ansvaret för resultatspridning inom de olika organisationerna är internt. Åtgärder inom Market Design kan endast understödja de interna aktiviteterna.

Under hösten planerar Market Design/Elforsk regionala seminarier i Skellefteå, Eskilstuna, Stockholm, Göteborg och Helsingborg under november/december 2009. Syftet är att nå ut till mindre och medelstora elföretag som inte visat intresse för programmet tidigare.

8.2 Avgränsningar mot andra program

Elforsk och dess verksamhet är för de allra flesta intervjuade välbekant men avgränsningen mellan dess olika program är oklar. Det finns dock inget som pekar på det finns överlappningar gentemot andra program .

Energimyndigheten som ansvarar för AES-programmet som i viss utsträckning skulle kunna överlappa Market Design är representerad i programstyrelsen vilket bör borga för att en god samordning. På motsvarande sätt förutsätts Elforsks representant i programstyrelsen samordna initiativen inom Market Design med övriga Elforsk program (Obs detta sker via samverkan med ELAN - programmet liksom Vindforsk- programmet).

Institutet för Näringslivsforskning driver på uppdrag av branschen och Energimyndigheten ett forskningsprogram med inriktning på elmarknadens

ekonomi. Korsvis adjungering av programsekreterare eller motsvarande säkerställer att eventuell överlappning beaktas vid programformulering och projektbeslut.

8.3 Värdet av de mindre och medelstora företagens engagemang i programmet

Finansieringen av Market Design säkerställs genom att de stora elföretagen, Svenska Kraftnät, Energimyndigheten och Energimarknadsinspektionen deltar i programmet. Det leder till frågan om detta är ett tillräckligt deltagande för att driva programmet.

I samband med planeringen av programmet gjordes ett mycket brett utskick till av programförslaget (offerten) till branschens företag. Ett urval av mindre och medelstora företag kontaktades också i särskild ordning av Elforsk eller dess styrelseledamöter i syfte att efterhöra intresse.

De intervjuade menar att det finns åtminstone två aspekter på och värdet av att få med ytterligare deltagare i programmet helst som medfinansierare:

- Programmet beaktar frågor som rör alla aktörer på marknaden såväl stora som små (vilket kan vara en del av det statliga ansvaret).
- Det skapar legitimitet och kan styrka att man inte bara går i det stora företagens ledband när det gäller att skapa underlag för en utveckling av en avreglerade nordisk (ev. europeisk) elmarknad

Idag nås de företag som inte är finansierare av programmet via aktuella sändlistor, hemsidor och på annat sätt. Intervjuerna visar ett intresse för programmet från andra inom branschen men också okunskap om detsamma. Inte minst av det skälet finns det anledning att överväga olika informationsinsatser för att synliggöra Market Design och dess resultat.

Ytterligare utskick via mail eller informationsspridning på annat sätt behöver inte nödvändigtvis leda till ökad kunskap om programmet bland önskvärda aktörer. Det krävs en analys av vilka som nås idag och vilka man borde nå innan man väljer metod för informationsspridning.

8.4 Tillgänglig FoU inom området avreglerad elmarknad

Det är ett begränsat antal företag/organisationer som arbetat på uppdrag av Market Design under den innevarande perioden, se avsnitt 5.2. Det kan ha flera skäl såsom att bilden blir ofullständig när endast den senaste perioden redovisas. Det kan också bero på att den svenska resursbasen för att arbeta med frågeställningar inom Market Designs område är begränsad.

I samband med intervjuerna framkommer en viss skepsis mot urvalet av utförare. Det fälls kommentarer som att det är samma gamla företag/organisationer som trampar på i samma fotspår som får uppdragen, finns det inget nytt tänk osv.

Den statistik som finns redovisad tidigare pekar på ett begränsat urval av utförare. Det kan bero på resurser, kompetens eller bristande intresse men de intervjuades kommentarer gör det angeläget att skapa klarhet i den svenska resursbasen och dess profil för att utföra uppdrag inom området.

Elforsk/Market Design bör göra en genomlysning av den svenska och nordiska resursbasen som kan arbeta med de frågeställningar som är relevanta för Market Design. Det bör ske i samverkan med den genomlysning av den samhällsvetenskapliga forskningen som för närvarande pågår med koordinering av Formas och med deltagande från Energimyndigheten, Naturvårdsverket, Vetenskapsrådet, Mistra och Riksbankens Jubileumsfond.

8.5 Programsekreterarens roll

En samlad bild av de intervjuades åsikter visar på att programsekreteraren uppfattas som att ha en mycket betydelsefull roll i arbetet med programmet och inflyttande över programmet i samband med beredningen av projektförslag. Det sker bl.a. genom ett mycket aktivt arbete för att driva programmet och projekten framåt vilket skett på ett framgångsrikt sätt inklusive projektberedning.

Flera av de intervjuade har uppmärksammat att EME Analys inte bara tillhandahåller programsekreterare och andra administrativa tjänster till programmet utan också genomför projekt på uppdrag av Market Design. De har ställt sig frågan om det är förenligt/lämpligt att EME Analys såväl kan tillhandahålla funktionen att tillhandahålla programsekreterare och annan programadministration som att vara projektgenomförare åt Market Design mot bakgrund av den starka roll som programsekreteraren uppfattats ha.

När frågan ställs till de intervjuade om EME Analys två roller så är svaren:

- "Jag har inte uppfattat att det finns en jävssituation
- Har inte tänkt på frågan
- Man kan inte ha två roller samtidigt
- Helt oacceptabelt att ha dessa två roller"

Kommentarerna kommer från såväl finansiärer som uppdragstagare.

Det kan sammanfattas med att de intervjuade är oklara över rollfördelningen mellan programsekreterare med dess krav på integritet och det företag som han representerar med dess intressen som uppdragstagare.

Kommentarerna från de intervjuade är av den digniteten och omfattningen att programstyrelsen behöver ta upp frågan för en principiell diskussion om hur rollen som programsekreterare och uppdragstagare kan förenas eller att det krävs en annan lösning för att undvika diskussioner om intressekonflikt inför den kommande programperioden.

I och med att EME Analys under sommaren 2009 blivit en del av SWECO - koncernen blir frågan än mer angelägen att behandla ur ett konkurrensperspektiv.

9 Har finansiärerna fått valuta för pengarna?

Svaret på frågan är ja och motiven summeras nedan inklusive förslag till förbättringar.

Market Design har fokus och perspektiv som inte annat än undantagsvis behandlas i andra branschinriktade satsningar/program eller av företagen själva. Programmet utgör för ingående parter en effektiv form för att lösa för branschen aktuella problem framförallt med ett perspektiv på 1 till 3 år. Genom konstruktionen av programmet är resultaten öppna för alla inom branschen som kan tänkas ha nytta av dem.

9.1 En summering

Intervjuerna visar att programmet återspeglar de frågeställningar som varit relevanta för programperioden. Programinriktningen har varit tillräckligt fokuserad men samtidigt öppen för att beakta de omvärldsförändringar som inträffat under perioden på ett lämpligt sätt. Möjligen finns en reservation för att programmet huvudlinjer fastställs ca 1 år före start och skall omfatta frågeställningar för de närmaste dryga tre åren därefter.

Intressenterna ser en avsevärd nytta i programmet. Den kan uttryckas i att de får aktuella frågeställningar belysta, ett underlag för olika diskussioner om regelverken och det sker inom rimligt kort tid efter det att frågan har uppkommit samt inte minst att de få möjlighet att diskutera frågorna.

Det finns ett särskilt värde i projektseminarierna som skapar ett fora för dialog med olika utförare och möjlighet att skapa nätverk med kollegor med likartade intressen. På samma sätt värdesätts projektens referensgrupper som ger möjlighet till delaktighet och dialog om projektens frågeställningar som skapar återkoppling till den egna organisationen.

Det kan konstateras att programmet bedrivits på effektivt sätt enligt de intervjuade. I mångt och mycket kan sägas att programmet och dess genomförande mer än väl motsvarat intressenternas/finansiärernas förväntningar. Market Design erbjuder enligt de intervjuade ett forum för att utbyta kunskap och argument med personer med inflytande över elmarknadens utveckling som väl motiverar deltagandet i programmet.

9.2 Rekommendationer

Intervjuerna visar dock att det finns frågeställningar som behöver vidare behandling. De redovisas nedan med förslag till åtgärd:

- **Framåtblickande projekt**

Programstyrelsen bör stimulera nya projekt som fångar de problemställningar som kommer fram via t.ex. "smart grids", nya konsumentkategorier som laddhybrider, stor andel förnybar energi etc.

som skapar nya förutsättningar för regelverk, marknadsinstrument, tariffer etc.

- **Resultatspridning**

Ansträngningar bör göras för att marknadsföra programmet mot fler företag i branschen och kansliet i samverkan med andra berörda bör göra en översyn över sändlistor och andra informationskanaler för att sprida kunskap om programmet och dess resultat.

Det bör ske selektivt för att nå viktiga aktörer som hittills inte nåtts. I det ligger också att se över möjligheterna att engagera fler företag inte minst som finansärer att delta i nästa etapp av Market Design.

- **Kretsen av utförare**

För närvarande är kretsen av utförare begränsad vilket kan bero på resurs- och kompetensbrist eller ointresse. Vid intervjuerna framförs åsikten att det borde finnas fler som kan och vill genomföra projekt på uppdrag av Market Design.

Det gör att Elforsk och/eller Market Design bör initiera en genomlysning/inventering av den relevanta resurs- och kompetensbasen i syfte att bredda basen av utförare. Det bör ske i samverkan med den analys/utvärdering som för närvarande genomförs och koordineras av Formas.

- **Ansvar och befogenheter**

Programstyrelsen bör diskutera och besluta om dels en eventuell formaliserad hantering av slutrapporter inklusive publicering, dels en formalisering av referensgruppernas arbete (instruktion) dvs. ansvar, roll och rapportering med syfte att tydliggöra ansvar och befogenheter.

- **Programmets beroende av en person**

Frågan har lyfts i den tidigare utvärderingen utan åtgärd. Kommentarer från de intervjuade pekar på att frågan bör tas upp till diskussion i programstyrelsen inför den kommande programperioden i samband med beslut om administration av programmet.

- **Intressekonflikt eller ?**

Programstyrelsen bör ta upp en diskussion om det förenliga med att en organisation dels har uppdraget att vara programsekreterare och ansvarig för projektadministration, dels uppdragstagare åt Market Design inför det kommande programmet mot bakgrund av de kommentarer som framkommit vid intervjuerna.

- **Kvalitetssäkring av projekten**

Programstyrelsen bör överväga om det finns behov av åtgärder för att ytterligare säkerställa kvalitén i projekten (metodikstöd främst i projekt utanför högskolan). En möjlighet är att adjungera personer med särskild kompetens för att understödja arbetet i de olika projekten.

- **Målet att stärka FoU-miljöer och utgöra en rekryteringsbas för branschen**

Utfallet har hittills varit begränsat. Möjligen har kunskapsöverföringen mellan seniora forskare och forskarstuderande till grundutbildningen givit visst utfall vad gäller rekryteringsbasen men omfattningen är oklar. Sammanfattningsvis gör det att kan finnas anledning att överväga om detta är en lämplig målsättning för programmet.

Bilaga 1 Referenser

- Programmet för 2006 – 2009.
- Projektrapporter och delrapporter från projekt som har finansierats under perioden.
- Budget/budgetuppföljningar inklusive statusrapporter
- Dagordningar och protokoll från möten med programstyrelsen
- Program och deltagarförteckningar från genomförda projektseminarier
- Program och deltagarförteckning respektive anmälningslista till de internationella konferenserna
- Utkast till nytt forskningsprogram för perioden 2010 – 2013.
- Relevansutvärdering för programmets andra etapp
- Program för Elforskdagarna åren 2005 - 2008
- Kompletterande skriftlig information från Market Designs och Elforsks hemsidor.

Bilaga 2 Förteckning över intervjuade personer

Ett antal intervjuer har gjorts med personer aktiva i programmet såsom medlemmar i programstyrelsen, andra finansiärer, uppdragstagare inom den akademiska värden och inom andra organisationer samt andra personer med relevant kunskap om den avreglerade elmarknaden och dess frågeställningar. De intervjuade har grupperats enligt följande:

- Programstyrelse dvs. personer som sitter i eller har suttit i programstyrelsen eller adjungerade till programstyrelsen
- Finansiär som ej sitter i programstyrelsen
- Uppdragstagare dvs personer/organisationer som utför uppdrag på uppdrag av Market Design
- Företag som valt att stå utanför
- Annan dvs personer som inte är direkt engagerade i Market Design men som kan tillföra kunskap om programmets värde och behov på olika sätt

De intervjuade personer förtecknas nedan

Namn	Organisation	Funktion
Göran Svensson	Vattenfall	Annan
Jan Sundell	Vattenfall	Programstyrelse
Lars Sjunnesson	E.ON	Annan
Johan Öhnell	Telge Kraft	Företag som valt att stå utanför
Klaus Hammes	Energimyndigheten	Programstyrelse
Zofia Lublin	Energimyndigheten	Programstyrelse
Paul Westin	Energimyndigheten	Programstyrelse
Petra Schmalensee	von Energimarknadsinspektionen, numera åklagarämbetet	Programstyrelse
Remy Kolessar	Energimarknadsinspektionen	Programstyrelse
Morgan Andersson	Elforsk	Annan
Monika Adsten	Elforsk	Programstyrelse
Anders Hedenstedt	Göteborgs energi	Programstyrelse
Magnus Thysell	Lunds Energi	Finansiär
Silvia Michel	Kristinehamns Energi	Företag som valt att stå utanför

Olle Hansson	Fortum	Annan
Pekka Vile	Fortum	Programstyrelse
Annika Lindahl	Svensk Energi	Programstyrelse
Magnus Torstensson	Svensk Energi	Programstyrelse
Håkan Nyberg	Svenska Kraftnät	Programstyrelse
Peter Fritz	EME Analys	Programsekreterare Uppdragstagare
Niclas Damsgaard	Econ Pöyri	Uppdragstagare
Mickael Amelin	KTH	Uppdragstagare
Jenny Gode	IVL	Uppdragstagare
Markus Wråke	IVL	Uppdragstagare
Lars Bergman	Handelshögskolan Stockholm	Uppdragstagare
Anna Persson	Skellefteå Kraft	Finansiär
Peter Ohlander	Tekniska Verken i Linköping	Företag som valt att stå utanför
Stefan Lindsoug	Esselcon	Uppdragstagare
Håkan Heden	Eme Analys	Uppdragstagare
Mats Lundin	Växsjö Elnät	Företag som valt att stå utanför
Bo Lindörn	Oberoende Elhandlare	Företag som valt att stå utanför
Karin O Jönsson	E.ON	Programstyrelse
Göran Tillberg	E.ON	Annan
Mikael Jednell	Din El	Programstyrelse
Anders Sandoff	Handelshögskolan i Göteborg	Uppdragstagare
Tom Wigdahl	EBL Kompetense AS	Programstyrelse
Tomas Tangerås	Institutet för Närings- livsforskning	Programstyrelse
Stefan Montin	Elforsk	Programstyrelse
Harald Haegermark	CHH Consulting	Annan
Maria Alm	Energimyndigheten	Arbetar tillsammans med Formas i analysen av den samhällsvetenskapliga forskningen

Bilaga 3 Exempel på mall som använts vid intervjuer med olika aktörer

Ett antal aktörer har intervjuats både direkt berörda och sådana som är mer perifera men som ändå har kunskap och erfarenhet av de frågeställningar som är relevanta för Market Design. Varje intervju har tagit utgångspunkt i en lista/frågemall som använts som underlag för diskussionen. Ibland har vissa frågor som upplevts mindre relevanta för den intervjuade strukits. På motsvarande sätt har det vid intervjuerna tillkommit ytterligare frågor som upplevts viktiga också inkluderats i intervjun. Nedan redovisas ett typiskt exempel på "frågemall" som utnyttjats som underlag för diskussionen.

Frågor angående Elforsks program Market Design

Intervjuad:
Datum:
Företag:
Befattning:

Intervjuare: Carl Mattsson, Global to Local Sweden AB, Varvsgatan 12, 252 70 Råå, Phone +4642 - 26 33 42 or Mobile +4670 - 688 7995

1. Bakgrund

Genom Elforsk drivs forskningsprogrammet Market Design om spelreglerna på den fria elmarknaden. Programmet är ett brett upplagt samarbete mellan svenska elföretag, Svensk Energi, Energimyndigheten och energimarknadsinspektionen, Svenska Kraftnät, EBL i Norge samt svenska och norska högskolor och universitet.

Det syftar till att öka kunskapen om hur den avreglerade nordiska elmarknaden fungerar och stödja forskning kring funktionen och regelverken på konkurrensutsatta elmarknader. Meningen är också att peka på och finna lösningar för de problem som finns. Den forskning som utförs inom programmet ska leda till mer effektiva regleringspolicies och institutioner för den svenska, nordiska och framtida europeiska elmarknaden.

Programmet är inne på den tredje etappen med en budget på ca 18 Mkr. Bland de områden som skall studeras finns ett antal av de mest aktuella frågeställningarna gällande den fortsatta utvecklingen av den nordiska elmarknaden just nu.

Ert företag deltar eller har deltagit i programmet med representation i programstyrelsen eller motsvarande vilket gör att ni har en god insyn i programmet och de projekt eller forsknings-uppgifter som finansierats via programmet. Elforsk låter nu en utvärdering av det innevarande programmet som löper från 2006 till 2009.

Nedanstående frågor är tänkta som ett komplement för att ytterligare belysa bl.a. programmets förankring och upplevda nytta inom branschen.

2. Programmet Market Design

Dessa frågor avser att belysa förankringen av programmet inom branschen. Vi önskar er uppfattning om:

- **Vilka är målgrupperna för programmet**

Kommentarer t.ex. är det rätt prioriteringar

- **Målsättningar med programmet**

Kommentarer t.ex. är de relevanta

- **Forskningsområden för programmet**

Kommentarer t.ex. om det fattas något

- **Fokus och tidsperspektiv på projekten eller forskningsuppgifterna som får stöd från programmet**

Kommentarer t.ex. är det en rimlig avvägning

3. Ert företags/koncerns/organisations deltagande i programmet

Avsikten med dessa frågor att få en uppfattning om bakgrund etc. runt ert deltagande i programmet.

- **Hur länge har ni varit med i programmet**
- **Vilka är motiven för ert deltagande i programmet**
- **Vad har programmet givit ert företag/koncern och kan ni exemplifiera**
- **Kommentarer och reflektioner till ert deltagande**

4. Projekten / forskningsuppgifterna

Avsnittet syftar till att få er uppfattning om projekten som genomförs inom programmet och er uppfattning om eventuell nytta av dem

- **Känner ni till några projekt som finansierats av programmet**
- **Kan ni ange i så fall ange vilket eller vilka**
- **Kan ni ange om och i så fall hur ni haft nytta av något/några projekt som finansierats via Market Design programmet**
- **Kan ni ange vilka**

- **Har ni några kommentarer till de projekt som finansieras av programmet t.ex. valet av områden etc.**

5. Övrigt om forskning och utveckling

Frågorna syftar till att placera in programmet i en större helhet av FoU. Avsikten är också att synliggöra vad som är branschgemensamt och konkurrensneutralt och annan FoU.

Hur ser ni på avgränsningen mellan programmet och annan likartad FoU

Saknar ni något i Market Design och i så fall vad

Bedriver ni eget utvecklingsarbete inom området och i så fall av vilken typ

Deltar ni i andra branschgemensamma FoU - satsningar än Market Design och i så fall vilka?

Hur hanterar ni FoU som inte är konkurrensneutral - finns det gränsdragningsfrågor

Övriga kommentarer

6. Synpunkter på projekthantering

Vi önskar få kommentarer till hur projekt eller forskningsuppgifter initierats och diskuteras i programstyrelsen inför beslut om finansiering och sedan följs upp vid genomförandet.

Utvecklingen av projektidéer

Hanteringen av projektförslag fram till beslut om stöd

Projektgenomförandet inklusive referensgrupper och annan delrapportering

Hantering av slutrapport

Projektens storlek inklusive budget

Övriga kommentarer

7. Övrigt om Market Design /Elforsk såsom resultatspridning

Avsikten är att få era kommentarer till följande frågor t.ex. känner ni till dem, deltar ni i aktiviteten, använder ni funktionen osv

Nyhetsbreven:

Seminarierna:

Hemsidan:

Den internationella konferensen:

Projekt/rapportdatabasen (och söker ni i den):

Kanslifunktionen (Service och stöd till er):

Annat som ni vill kommentera: