



Høgskulen på Vestlandet

Bacheloroppgave

ØKB3113

Predefinert informasjon

Startdato:	21-04-2020 09:00	Termin:	2020 VÅR
Slutt dato:	08-05-2020 14:00	Vurderingsform:	Norsk 6-trinns skala (A-F)
Eksamensform:	Bacheloroppgave - med muntlig presentasjon		
SIS-kode:	203 ØKB3113 1 PRO-1 2020 VÅR HAUGESUND		
Intern sensor:	(Anonymisert)		

Deltaker

Kandidatnr.: 302

Informasjon fra deltaker

Tittel *: Bank og teknologi- Økonomisk og kundens perseptiv

Engelsk tittel *: Banking and technology- Financial and customer perspective

Sett hake dersom ja **Egenerklæring *:** Ja
besvarelsen kan brukes **Inneholder besvarelsen ja**
som eksempel i **konfedensielt**
undervisning?: **materiale?:**

Jeg bekrefter at jeg har ja
registrert
oppgavetittelen på
norsk og engelsk i
StudentWeb og vet at
denne vil stå på
vitnemålet mitt *:

Gruppe

Gruppenavn: (Anonymisert)

Gruppenummer: 4

Andre medlemmer i 308, 331
gruppen:

Jeg godkjenner avtalen om publisering av bacheloroppgaven min *

Ja

Er bacheloroppgaven skrevet som del av et større forskningsprosjekt ved HVL? *

Nei

Er bacheloroppgaven skrevet ved bedrift/virksomhet i næringsliv eller offentlig sektor? *

Nei



Høgskulen
på Vestlandet

BACHELOROPPGAVE

Bank og teknologi

økonomisk og kundens perspektiv

Banking and technology

Financial and customer perspective

Lene Marita Rasmussen

Mathilde Vørøs

Stine-Marie Aslaksen

Bachelor i økonomi og administrasjon

Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap/Institutt for

økonomi og administrasjon/ØKB3113

Magnhild Dåsvand

8. mai 2020

Jeg bekrefter at arbeidet er selvstendig utarbeidet, og at referanser/kildehenvisninger til alle kilder som er brukt i arbeidet er oppgitt, jf. Forskrift om studium og eksamen ved Høgskulen på Vestlandet, § 12-1.

Forord

Denne bacheloroppgaven er vår avsluttende oppgave på Høgskolen på Vestlandet våren 2020. Temaet vi har hatt i fokus, handler om hvordan ny teknologi har påvirket bankene internt, samt kundenes muligheter og synspunkt ved disse endringene. Til tider har det vært en utfordrende og tidkrevende oppgave, men også en spennende og lærerik prosess.

Vi vil rekke en stor takk til vår veileder Magnhild Dåsvand som har bidratt med veiledning til tross for COVID-19 situasjonen. Hun har vært tilgjengelig på e-post og gitt oss konstruktive tilbakemeldinger, i tillegg til gode råd på arbeidet vi har gjort.

Vi vil takke alle de 20 informantene våre som tok seg tid i en hektisk hverdag, slik at vi fikk mulighet til å få datainnsamlingen vi trengte for å gjennomføre oppgaven vår. Til slutt vil vi takke familie og venner for oppmuntrende ord og støtte.

Abstract

In this task we took into account the technological changes and the profitability of the banks, and what effect this has had on the customer relationship. The issues that formed the basis of this study were whether "the banks 'digitization has paid off" and "the customers' perspective on the new technology". The thesis discussed the financial industry, what it is about and what services are offered by the banks. In addition, the banking sector is described in Norway, as well as compared with other countries, and finally, where the state of the economy in Norway was today. In the thesis various economic concepts and theory were discussed as this was relevant for later calculations in the thesis and the annual accounts of SR-Bank Sparebank 1 Haugesund were analyzed. One chose to do this as an annual report, the reason was that it gave an overview of the company's performance over a specific period, often one year (Bredesen, 2015, p. 37). Customers' perspectives on the technological changes, as well as the customer relationship today, were also considered. Digitization provides an opportunity to increasingly automated tasks (Jacobsen og Thorsvik, 2019, s. 111).

Qualitative research was used as the basis for the group's study, where primary data was obtained from interviews with 20 informants who were from the three generations X, Y and Z. Secondary data were also obtained from articles through Digi.no, Forskning.no and KTH science and art -notat. Quantitative research was used, where primary data for the annual accounts were obtained from Proff.no. Here, the group wanted to use the annual accounts of SR-bank Haugesund as the basis. With the help of previous research and the informants, the necessary data for the group study were collected, to see if the theories discussed earlier in the thesis were relevant and could then be prepared in the thesis. The studies that were found showed that most of the informants interviewed, viewed the technological change of banks as something positive and efficient. The distance to a personal relationship with the banks had grown, but the new digital services have given us the opportunity for a complete financial overview in both online banking and mobile banking. According to research, most customers would still have the opportunity for a personal relationship in their bank. The studies showed a significant difference between the different generations, the younger the informants, the more open they were to the changes that were constantly being made.

Sammendrag

I denne oppgaven tok vi for oss de teknologiske endringene og lønnsomheten til bankene, og hvilken effekt det har hatt på kundeforholdet. Problemstillingene som lå til grunn for dette studiet, var om “bankenes digitalisering har lønnet seg” og “kundernes perspektiv på den nye teknologien”. I oppgaven drøftet man finansbransjen, hva den handler om, og hvilke tjenester som tilbys av bankene. I tillegg beskrev man banksektoren til Norge, samt sammenlignet med andre land, og til slutt, hvor økonomiens ståsted i Norge befant seg i dag. I oppgaven drøftet man ulike økonomiske begreper og teori da dette var relevant for senere utregninger i oppgaven og årsregnskapet til SR-Bank Sparebank 1 Haugesund ble analysert. Man valgte å gjøre dette da et årsregnskap kunne gi en oversikt over bedriftens resultat i løpet av en bestemt periode, ofte ett år (Bredesen, 2015, s.37). Det ble også sett på kundernes perspektiv på de teknologiske endringene, samt kundeforholdet i dag i forhold til tidligere. Digitalisering gir mulighet til stadig økende grad å automatisere oppgaver (Jacobsen og Thorsvik, 2019, s. 111). Videre i oppgaven ble det sett på hvordan organisasjonsstruktur fungerer, teorier som forklarer begrepet endring og kommunikasjon som er påvirket av teknologi. Selv om teorien kunne være varierende og omfattende, prøvde vi å finne en rød tråd som kunne knyttes til videre forskning i oppgaven.

Til grunn for gruppens studie bruktes det kvalitativ forskning, hvor primærdata ble hentet fra intervjuer med 20 informanter som var fra de tre generasjonene X, Y og Z. Man hentet også sekundærdata fra artikler gjennom Digi.no, Forskning.no og KTH vetenskap och konst-notat. Det bruktes kvantitativ forskning, hvor primærdata til årsregnskapet ble innhentet fra Proff.no. Her ønsket gruppen å bruke årsregnskapet fra SR-bank Haugesund som grunnlag. Ved hjelp av tidligere forskning og informantene, fikk man samlet inn de nødvendige dataene for gruppens studie, dette for å se om teoriene man drøftet tidligere i oppgaven var relevante og deretter kunne fremstilles i oppgaven. Studiene som ble funnet, viste at de fleste av informantene som ble intervjuet så på den teknologiske endringen til bankene som noe positivt og effektivt. Avstanden til et personlig forhold til bankene hadde vokst, men de nye digitale tjenestene har gitt oss muligheten til full økonomisk oversikt både i nettbank og mobilbank. Ifølge forskningen ville de fleste kundene fortsatt ha muligheten til et personlig forhold i banken sin. Studiene viste en betydelig forskjell på de forskjellige generasjonene, jo yngre informantene var, jo mer åpen var de for endringene som stadig har blitt utført.

Innholdsfortegnelse

Forord.....	ii
Abstract	iii
Sammendrag	iv
Forkortelser og begreper.....	vii
Figurer og tabeller	vii
Figurer	vii
Tabeller.....	vii
1 Innledning.....	1
1.1 Problemstilling.....	1
1.2 Avgrensninger.....	2
1.3 Oppgavens formål	3
1.4 Disposisjon av oppgaven	3
2 Finansbransjen	4
2.1 Hvordan er en bank organisert?.....	6
2.2 Banksektoren- Hvor står finansdelen i Norge i dag?.....	8
2.3 Avslutning til teori av finansbransjen.....	11
3 Teori.....	12
3.1 Organisasjon og organisasjonsstruktur	12
3.2 Endring.....	13
3.3 Kommunikasjon.....	15
3.4 Teknologisk utvikling	17
3.4.1 PSD2.....	19
3.5 Økonomi	20
3.6 Oppsummering av teori.....	21
4 Metode	23
4.1 Metodevalg.....	23
4.2 Fordeler og ulemper med kvalitativ metode.....	24
4.3 Fordeler og ulemper med kvantitativ metode	25
4.4 Valg av informanter.....	25
4.5 Gjennomføring av intervju	25
5 Empiri- Presentasjon av data.....	27
5.1 Datafunn av regnskap.....	27
5.1.1 Likviditet	29
5.1.2 Lønnskostnader	31

5.2 Datafunn fra forskningsartikkel.....	32
5.2.1 Har fremtidens bank noen fremtid?.....	32
5.3 Sammenligne funn.....	32
5.4 Datafunn fra forskningsartikler	33
5.4.1 Bankkundene vil fortsatt ha personlig service	33
5.4.2 Banken och kundarne.....	33
5.4.3 Vi må snakke mer om digitalisering	34
5.4.4 Dårlig service gir kundeflukt	35
5.5 Datafunn av intervju.....	35
5.5.1 Kundeforhold.....	35
5.5.2 Bankfilialer	36
5.5.3 Lån	36
5.5.4 Kundebehandling.....	36
5.5.5 Hva forventer kunden	37
5.5.6 Fysisk oppmøte.....	37
5.5.7 Endring.....	37
5.5.8 Selvbetjening	38
5.5.9 Tillit til digitale tjenester.....	38
5.5.10 Ressurskutt for å bli digitalisert.....	38
5.5.11 Digitalisering.....	39
5.6 Oppsummering av sentrale funn.....	39
5.7 Drøfting.....	41
5.7.1 Kommunikasjon.....	41
5.7.2 Kundebehandling.....	42
5.7.3 Endring.....	43
7.5.4 Digitale tjenester	44
6 Konklusjon og veien videre.....	46
6.1 Konklusjon	46
6.2 Kritikk.....	48
6.3 Forslag til videre forskning	48
7 Litteratur liste	50
8 Vedlegg	54
Vedlegg 1- Intervjuguide	54
Vedlegg 2- Taushetserklæring.....	55

Forkortelser og begreper

BNP	Bruttonasjonalprodukt
BSU	Boligsparing for unge
COVID-19	Coronavirus disease 2019, pandemi
FHI	Folkehelseinstituttet
SNL	Store Norske Leksikon
SSB	Statistisk sentralbyrå
PSD2	Revised Payment Services Directive
Avsn	Avsnitt

Figurer og tabeller

Figurer

Figur 1: Organisering av SR-Bank Sparebank 1 (Sparebank1, u.å.)	7
Figur 2: Samlede eiendeler for ulike lands banksystemer (Lund & Walle, 2019)	9
Figur 3: Samlede eiendeler for nasjonale banker fordelt på innenlandske og utenlandske motparter (Lund & Walle, 2019).....	10
Figur 4: Kommunikasjonsprosessen (Jacobsen & Thorsvik, 2019. s. 271)	16
Figur 5: Ulike kanalers evne til å formidle rik informasjon (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s. 275)	17
Figur 6: Likviditetskart ("Sparebank 1 SR-Bank, Haugesund" u.å.)	30

Tabeller

Tabell 1: Årsregnskap SR-Bank 1 Haugesund (2008) ("Sparebank 1 SR-Bank Haugesund" u.å.)	28
Tabell 2: Likviditet	31
Tabell 3: Lønnskostnader ("Sparebank 1 SR-Bank, Haugesund" u.å.).....	31

1 Innledning

Temaet for denne oppgaven handler om hvordan teknologien har påvirket bankene internt. Vi har i tillegg studert kundeforholdet til bankene og sett på kundens perspektiv på de ulike endringene. Dette ble et aktuelt tema for gruppen da endringen i teknologien fører med seg nye og ulike arbeidsoppgaver for virksomheten og kunden.

Ved alle områder i vårt samfunn, ønsker man å vitne til det teknologiske gjennombruddet og innovasjonen som har påvirket organisasjoners strategi, prosesser, strukturer og mål. Et eksempel på dette er at roboter og kunstig intelligens vil ta over de fleste arbeidsoppgavene i virksomheter, som igjen vil føre til mindre behov for de menneskelige ressursene (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s. 29). Dette er et aktuelt tema å diskutere på grunn av den stadige utviklingen av teknologi, og dette er noe som påvirker alle sin hverdag både idag og i fremtiden. Alle kundene har sin økonomi, forsikringer og gjeld i bankene, og er derfor med på teknologien som er i endring.

Den teknologiske utviklingen har allerede ført til at virksomheter og hele bransjer har forsvunnet, et eksempel på en bransje som har forsvunnet er utleiebutikker for video og DVD. “Vil denne teknologiske utviklingen gjøre en endring på de menneskelige ressursene i bankene i fremtiden?”. “Vil det bli bedre kundebehandling og mer effektive digitale tjenester, eller vil det bli for lite personlig for mange?”. “Hvordan kan IKT og digitalisering påvirke disse utviklingene, uten å slette de menneskelige ressursene?”. Mange vil hevde at IKT vil gi organisatorisk revolusjon, som vil si at den nye teknologien vil oppheve mange av de tradisjonelle tankene om strategi, oppgaver og struktur. Kunnskapsteknologien vil stadig bli mer viktig for organisasjoner, det vil stadig bli et større behov for oppgaver som ikke lar seg autoriseres (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s.111).

1.1 Problemstilling

I oppgaven var det to delspørsmål man ønsket å undersøke og finne svar på, i tilknytning til temaet digitalisering av banktjenester. Dette var en tverrfaglig oppgave som belyste digitalisering i banksektorene sett ut i fra et kundeperspektiv, og et økonomisk perspektiv.

Det første delspørsmålet var “hvordan teknologien har påvirket bankene økonomisk frem til i dag?”. Her ville gruppen se nærmere på hvordan de teknologiske fremskrittene har påvirket

likviditeten og lønnsomheten til bankene, da utvikling av ny teknologi og digitalisering av systemer koster bankene. Samtidig burde teknologien effektivisere arbeidsplassene slik at bruken av ressurser reduseres, noe som gjør at de burde utfylle hverandre totalt sett. Vi ønsket også å se nærmere på lønnskostnadene til bankene da man har opplevd at mange arbeidsoppgaver har blitt digitalisert, noe som igjen sparer tid og arbeidskraft. Dette handler om at virksomhetene stadig ønsker å effektivisere arbeidsplassene sine, derfor ville lønnskostnader være et tema her.

Det andre delspørsmålet var “hvordan digitalisering har påvirket kundene sitt syn og forhold til bankene?”. Det ble valgt denne problemstillingen fordi digitalisering har vært et aktivt tema som stadig har vært i endring for flere organisasjoner, inkludert bankene. Gruppen syntes dette var et svært interessant tema å drøfte, da det stadig har kommet nye digitale tjenester som er mer effektivt å veilede kundens behov. Vi ønsket å se nærmere på hva kundene mente om endringene som forekom i bankene, og hvordan kommunikasjonen utførtes gjennom internett.

Videre undersøkte vi hva konsumentens meninger var rundt erstatning av de menneskelige ressursene i virksomhetene. Det ble undersøkt om kundene syntes dette var virkningsfullt eller om de mente det var mest gunstig med den personlige servicen. Gruppen ønsket å se nærmere på kundenes syn på de digitale tjenestene bankene tilbyr, og hvordan de tre forskjellige generasjonene håndterte disse tjenestene. Studiet gikk ut på om de yngre informantene behersker endringene som har oppstått med de digitale tjenestene bedre enn den eldre generasjonen.

1.2 Avgrensninger

Oppgaven er avgrenset til norske banker, med få sammenligninger fra andre land. Det har i utgangspunkt blitt brukt SR-Bank Sparebank 1 Haugesund i årsregnskap. Med hensyn til tid og situasjon med COVID-19 har valgt å avgrense oss til telefonintervju med 20 informanter.

1.3 Oppgavens formål

Formålet med denne oppgaven var å finne ut om bankene blir påvirket økonomisk med tanke på de teknologiske endringene i bankene. Det var ønskelig å undersøke kundens syn på de nye digitale tjenestene flere banker tilbyr. Vår studie fokuserer også på om det er forskjeller mellom de ulike generasjonene, i tillegg til om det er ulike synspunkt. Vi ønsket å studerte nærmere på om det var en mer positiv vending for den yngre generasjonen, og om den eldre generasjonen ville mottatt den moderne teknologien like positivt om de ikke hadde hatt noen som kunne veilede dem.

1.4 Disposisjon av oppgaven

Oppgaven vår består av seks kapitler inklusivt innledningskapittelet. I kapittel to presenterer vi hva finansbransjen handler om. Videre i kapittel tre presenteres teori som vi mener er relevant for videre forskning, med hovedfokus på økonomi, kommunikasjon, endring og teknologi. I kapittel fire blir gruppens studievalg vist frem. Deretter er det datafunn som blir introdusert i kapittel fem, og til slutt avrundes kapittel seks med konklusjon og forslag til videre forskning.

2 Finansbransjen

Her ønsket man å få et innblikk i hva finansbransjen faktisk handler om, hvilke tjenester som tilbys og hvordan bankene er organisert. I tillegg ønsket man å se hvor stor banksektoren i Norge har vært sammenlignet med andre land og hvor økonomien ståsted i Norge har vært frem i nå.

Ut ifra SNL (store norske leksikon) kan en bank defineres som “et økonomisk foretak som har til hovedoppgave å motta og yte kreditt gjennom innlån og utlån”. Ordet bank stammer fra det italienske banca eller banco (Meinich & Munthe, 2018). En annen definisjon på bank kan vi finne fra finanstilsynet, her defineres bank som “fellesbetegnelsen på foretak som har tillatelse til å tilby eller formidle kreditt (lån) eller garantere for kreditt er finansinstitusjoner, og virksomheten de driver kalles finansieringsvirksomhet (“Bank og finans”, 2016, avsn.1).

Norges bankvesen består av private banker, statsbanker, sentralbanken og Norges bank, som ligger innen forretningsbanker og sparebanker. En av oppgavene bankene har er å delta i sentralbankens betalingsavregning, også kalt bank clearing, og gir de derfor rett til å holde konto i sentralbanken. De kan også om nøden skulle oppstå, oppta lån i sentralbanken. Sentralbanken skal være långiver i siste instans (lender of last resort)(“Bank og finans”,2016).

Forretningsbankene ble ifølge SNL til for å gi private bedrifter en institusjon der de kunne oppta driftskreditt, korte lån, og plassere overskuddslikviditet. Ser vi på forretningsbankene i dag, ser vi at de er organisert som aksjeselskaper. Aksjeselskaper startet ofte som et personlig foretak av velstående privatpersoner, som for eksempel Nicolay August Andresen og brødrene Rothschild. Opprinnelig var sparebankene selveide institusjoner, men flere år senere har de i mange land blitt omgjort til aksjeselskaper. Formålet deres var også å gi allmennheten en institusjon der de trygt kunne investere sparemidlene sine, og kunne få lån til bolig og driftsmidler (Meinich & Munthe, 2018).

Banken som virksomhet består i hovedgrunn å ta imot innskudd, og låne innskuddene videre ut igjen til andre kunder. Skulle det oppstå en hendelse der banken ikke har mulighet til å

møte innskuddsforpliktelsene, vil dette få konsekvenser både for kundene som ikke lenger har midlene sine i behold, men samfunnet også, fordi en bank som virksomhet krever tillit overfor samfunnet for å fungere (“Bank og finans”, 2016).

Regler i bankene, spesielt med tanken på krav til kapital, har som formål å sørge for at bankene er solide og ikke tar på seg uforsvarlig risiko i sin virksomhet. Bankene får også strengere og strengere regler og krav til hvordan kundene skal håndteres med hensyn til informasjon om produktene, kostnadene og risikoen, for å unngå at slike tilfeller skal oppstå igjen (“Finansbransjen- aktiviteter og risikoer”, u.å).

Hos bankene tilbys det mange produkter og tjenester. Det kan være alt ifra å tilby lån og motta innskudd, til betalingsoverføring, valutatransaksjon, andre spareprodukter, forsikringer og betalingskort (kredittkort og debetkort). En av de største tjenestene banker tilbyr kundene sine i dag er boligkreditt. Dette er egne virksomheter som har tillatelse fra og er underlagt tilsyn av finanstilsynet. Måten dette blir gjennomført på, er at bankene selger sine godt sikrede boliglån til boligkredittforetak, med hensyn på at lånene ikke kan overstige 75% av boligens verdi. Boligkredittforetakene henter penger til dette ved å utstede obligasjoner. Obligasjon er ifølge Ivar Bredesen en kontrakt på utlånte penger, man kan også si at det er et rentebærende gjeldsbrev (Bredesen, 2015, s.138).

Forsikringsvirksomheter må ta mye av de samme hensynene som bankvirksomheter må, derfor vil det få konsekvenser både for kundene og samfunnet dersom de ikke skulle klare å møte kravene de er forpliktet til. Eksempel på forsikringer er tyveri, brann, bil- og flyulykker, forlis, naturskader, ulykkeshendelser, dødsfall og skade påført annen person eller annen persons eiendom.

En annen tjeneste bankene tilbyr er sparing gjennom foretak som yter kapitalforvaltning. Sparing defineres av SNL som “den del av en enhets eller sektors disponible inntekt som ikke blir nyttet til forbruk, eller i nasjonalregnskapssystemer til kjøp av forbruksvarer. Vi har sparing i mange former, blant annet høyrentekonto (innskuddskonto/bankkonto), BSU (boligsparing for unge mellom 18-33 år), pensjon og fond. Dette er sparekontoer som ofte har høy rente, gode skattevilkår og meget lav til ingen risiko” (Stoltz, 2014).

Andre former for sparing kan være aksjesparing og obligasjoner. “En aksje er en eierandel i et aksjeselskap”(Stoltz, 2014), og verdien vil derfor stige eller synke ut ifra selskapets resultater. Aksjesparing er mer risikabelt, men en kan bli høyt belønnet om selskapet går i riktig retning.

Ifølge Ivar Bredesen kan en obligasjon defineres som en kontrakt på utlånte penger. Det kan for eksempel være et bevis på lånte penger til staten, kalt statsobligasjon, men det er også brukt mye av finansinstitusjoner og store industribedrifter (Bredesen, 2015, s.138). Bankene har ofte rådgivere som hjelper kundene ved opptak av lån og veiledning, i tillegg til hjelp dersom kundene ønsker å opprette sparekonto. Det sørger for at kundene får alle de riktige opplysningene angående lån eller sparing og hvilke vilkår som følger med. Bankene har også finansagenter som er tilknyttet en eller flere finansinstitusjoner og handler på vegne av de finansinstitusjonene de har avtale med. Finansagentene er kundens medhjelper og tilbyr på vegne av bankene og finansieringsforetak, finansieringsløsninger i form av lån, kreditt og leasing (“Bank og finans”, 2016).

2.1 Hvordan er en bank organisert?

Sparebank 1 er vist som et eksempel på hvordan en bank kan være organisert, da Sparebank 1 SR-bank Haugesund brukes som et senere eksempel også. SR-bank Haugesund har innrapportert følgende stillingstitler til Aa-registeret: banksjef, bankanalytiker (siviløkonom), bankfunksjonær, fagkonsulent, bedriftsrådgiver og finansrådgiver (“Sparebank 1 SR-Bank ASA, u.å).

En banksjef har en svært sentral posisjon i et bestemt område. De står ansvarlig for å formidle og styrke bankenes posisjon i markedet overfor privatkunder, samt styre og veilede sine medarbeidere(“Ledig stilling, u.å). Bankanalytiker (siviløkonom) kan defineres som en person med lang økonomisk-administrativ utdanning, der hovedfokuset ligger på bedriftsøkonomi (Stoltz, 2017). Som bankfunksjonær utfører du arbeidsoppgaver som betalingsformidling, utlån, innskudd og finansiering. En av de viktigste oppgavene her handler om kontoopplysninger, åpning og oppgjør av konti og innskudd (“Kundebehandlere (banktjenester)” u.å.).

En fagkonsulent vil ofte stå for ulike strategier, kjenne til lover og regler, samt endringer som kan oppstå, og til slutt kjenne til mye av det teknologiske innen bransjen (“Kundebehandlere (banktjenester)” u.å.). Som bedriftsrådgiver gis ekspertiseråd innen et bestemt område. Det kan eksempelvis være trygghet (fysisk/elektronisk), regnskap, ledelse, jus, menneskelige ressurser ol. (“Bedriftsrådgiver” 2014).

Finansrådgivere jobber med investering, sparing, pensjon, finansiering, forsikring ol. Arbeidet som utføres blir vurdert på nøyaktige grunnlag, og det lages løsningsforslag tilpasset hver enkelt kunde. Her er det noen krav og forholde seg til med tanken på sikkerhet, tidsperspektiv og forventet resultat (“Finansrådgiver/ Økonomisk rådgiver”, 2016). Videre vil man se en full oversikt over hele bransjen, samt datterselskaper.

SpareBank 1 Gruppen AS og SpareBank 1		
Utvikling DA med deres datterselskaper, i tillegg til flere andre direkte eide selskaper av SpareBank 1-bankene.		
SpareBank 1 Gruppen	SpareBank 1 Utvikling DA	SpareBank 1-bankene
Datterselskaper SpareBank 1 Forsikring AS, Fremtind Forsikring AS, ODIN Forvaltning AS, SpareBank 1 Factoring AS, Modhi Finance AS, SpareBank 1 Spleis AS, Conecto AS, LOfavør AS, (SpareBank 1 Gruppen eier 51 %, LO eier 49 %)	Datterselskaper EiendomsMegler 1 Norge AS SpareBank 1 Kundesenter AS SpareBank 1 Verdipapirservice AS	
Disse eier selskapet SpareBank 1 SR-Bank ASA (19,5 %), SpareBank 1 Nord-Norge (19,5 %), SpareBank 1 SMN (19,5 %), Samarbeidende Sparebanker AS (19,5%), SpareBank 1 Østlandet (12,4 %), LO/fagforbund tilknyttet LO (9,6 %).	Disse eier selskapet SpareBank 1 SR-Bank ASA (18%), SpareBank 1 SMN (18%), SpareBank 1 Nord-Norge (18%), Samarbeidende Sparebanker Utvikling AS (18%), SpareBank 1 Østlandet (18%), SpareBank 1 Gruppen AS (10%)	

Figur 1: Organisering av SR-Bank Sparebank 1 (Sparebank1, u.å)

Her ønsket man å vise et eksempel på hvordan en bank er organisert. Som man kan se er virksomheten SR-Bank Sparebank 1 delt opp i 3 hoveddeler, Sparebank 1 Gruppen er morselskapet til 8 datterselskap. Her utvikles og leveres det produkter til alle alliansebankene og alliansebankene tilbyr produktene til kundene i lokalmarkedet sitt, et eksempel på kunder her er forbundet LO og forbundsmedlemmer i LOfavør.

Sparebank 1 Utvikling DA leverer forretningsplattformer samt administrasjons- og utviklingstjenester til alliansebankene. Her fokuseres det også på felles aktiviteter som skaper fordeler i virksomheten når det kommer til stordrift og kompetanse. Selskapet eier og anfører i tillegg alliansens ikke-materielle rettigheter under Sparebank 1.

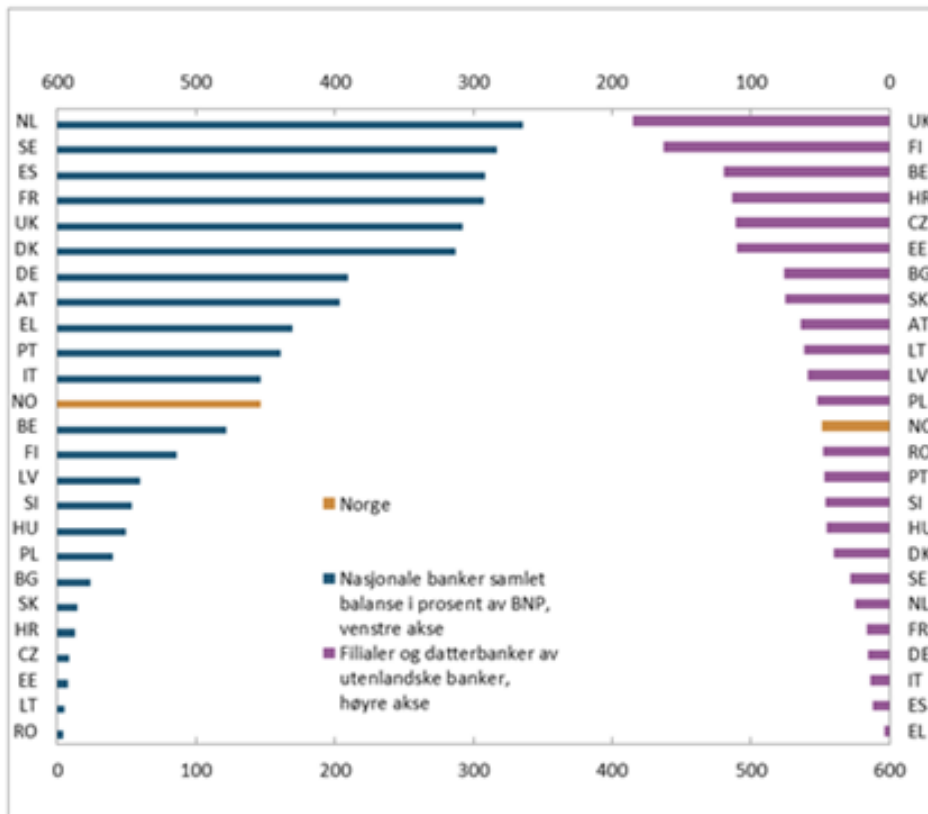
Den tredje delen er alle bankene som er eid under navnet Sparebank 1. Dette gjelder BN Bank ASA, SpareBank 1 Boligkreditt AS, SpareBank 1 Kredittkort AS, SpareBank 1 Næringskreditt AS, SpareBank 1 Markets AS, SpareBank 1 Betaling AS (Sparebank1, u, å).

2.2 Banksektoren- Hvor står finansdelen i Norge i dag?

De som dominerer den finansielle sektoren i Norge er bankene, men i forhold til andre land kunne man se at man ikke har en stor banksektor grunnet lite aktivitet i utlandet. Hva som er et lands banksektor kunne defineres på ulike måter, det kom helt ann på aktivitetene til bankene innenlands og utenlands, i tillegg til eventuelle datterselskaper. Det ble målt også på ulike måter i forhold til innskudd eller utlån og samlet balanse. Når man prøvde å se hvor stor den norske banksektoren var, dukket flere spørsmål opp. Noen av spørsmålene var “Er banksektoren i Norge norskeid eller dominert av utenlandskeide banker? Hva med andre finansieringskilder som for eksempel obligasjonsmarkedet? Hvis bankene dominerer, er obligasjonsmarkedet tilsvarende lite sammenlignet med andre land?”(Lund & Walle, 2019, avsn 3).

Et tydelig tegn på at den norske banksektoren ikke var spesielt stor, fikk man når man så på de samlede eiendelene som andel av BNP (bruttonasjonalprodukt). I et eksempel man hentet fra bankplassen.norges-bank.no, kunne man se i figur 1 de samlede eiendelene til bankene i et utvalgt land fordelt hensynsvis nasjonale banker, det vil si banker eid innlands og med

konsesjon (tillatelse/ autorisert) i landet, og filialer og datterbanker av utenlandske banker (Lund & Walle, 2019, avsn 4).



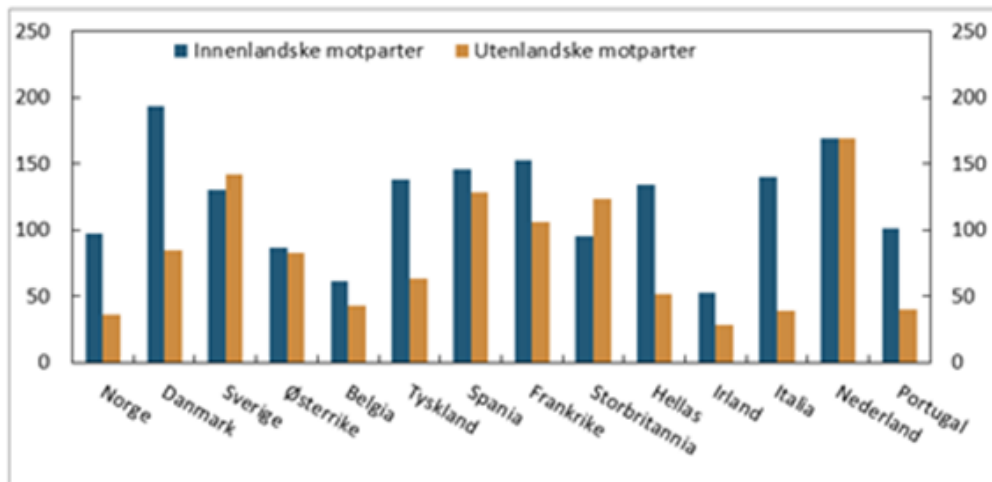
Kilder: ECB Consolidated Banking Database, Finanstilsynet og egne beregninger

Figur 2: Samlede eiendeler for ulike lands banksystemer (Lund & Walle, 2019)

Her ble det brukt konsoliderte tall (datterbanker og filialer i andre land som del av morselskapet). Man kan se at Norge var omtrent på medianen på dette utvalget (Lund & Walle, 2019, avsn 4).

I et land kan både de nasjonale bankene samt filialer og datterselskaper ha eiendeler både innenlands og utenlands. Man kan se hvordan eiendelene til de nasjonale bankene var fordelt på innenlandske og utenlandske motparter, fikk man et større innblikk på hvordan det norske banksystemet skilte seg fra de andre landene i Vest-Europa. Ut ifra eksempelet hentet fra bankplassen.norges-bank, kunne man se i figur 3 at norske nasjonale banker hadde betraktelig lavere andel eiendeler når det kom til utenlandske motparter, men også en lavere andel eiendeler når det kom til nasjonale motparter i forhold til de andre vesteuropeiske landene. Tallene i figur 3 ble basert på tall fra BIS (den internasjonale oppgjørsbanken) konsoliderte

bankstatistikk tall (omplussere kortsiktig gjeld til lån med avdrag og definert løpetid) (Nordbø, 2019).



Kilder: BIS Consolidated International Banking Statistics, Finanstilsynet og egne beregninger

Figur 3: Samlede eiendeler for nasjonale banker fordelt på innenlandske og utenlandske motparter (Lund & Walle, 2019)

Hvis man skulle se på hvor finansdelen i Norge befinner seg i dag, var det næringslivet som fort ble temaet. Det var flere selskaper og virksomheter som til sammen utgjorde landets BNP (bruttonasjonalprodukt). I hele verden lå Norges BNP som 23. høyest og som 12. størst i Europa. En av de viktigste handelspartnerne Norge har hatt frem til i dag, er Europa, USA og Japan, også senere Russland.

De som sto høyt på listen på Oslo Børs var private aksjeselskaper, men staten eier fremdeles store deler av næringslivet deriblant Equinor (tidligere Statoil) og Telenor. Equinor er et av Nordens største selskap og har over 20 500 ansatte (2018). Selskapet er et av verdens største oljeselskap, en viktig leverandør av naturgass og hadde per 2017 en egenproduksjon av råolje og naturgass på 2,080 millioner fat med et driftsresultat på om lag 113 milliarder kr (Tollaksen, Ryggvik & Smith-Solbakken, 2020).

Telenor er et av Norges største selskap og er fordelt i tre ulike forretningsområder, fastnett, mobiltelefoni og kringkastingstjenester. Før var forskningsavdelingen Norges største innen IT-forskning, men har blitt sterkt redusert de siste årene. I 2011 hadde Telenor rundt 30 000 ansatte og en omsetning på om lag 98,5 milliarder kr (Bryhn & Ulseth, 2019).

2.3 Avslutning til teori av finansbransjen

I dette kapitlet ønsket man å gi leseren en forståelse på hva finansbransjen faktisk handler om, hvordan en bank er organisert, hvilke oppgaver bankene har og hva de ulike avdelingene arbeider med. I tillegg ønsket man å se på den norske banksektoren samt sammenligne den med de utenlandske banksektorene. Det viste seg at Norge hadde en betraktelig lavere andel eiendeler når det kom til utenlandske motparter, men også en lavere andel eiendeler når det kom til nasjonale motparter i forhold til de andre Vesteuropeiske landene. Til slutt ønsket man å utforske hvor finansdelen i Norge befant seg og som mange kan være kjent med fra før, har store deler vært i olje- og gassindustrien i Equinor (tidligere Statoil), men også Telenor er blant toppen her.

3 Teori

I dette kapittelet vil det bli presentert teori som er relevant for hvordan digitalisering har påvirket kundeforholdet til bankene. Det vil bli fremlagt teori om hva en organisasjon er, og hvordan organisasjonsstrukturen viser virksomhetens inndeling. Deretter ser man nærmere på hvordan teknologien har påvirket bankene og utvidet de digitale tjenestene til sine kunder. Det vil også bli presentert endringsteori, kommunikasjonsteori og gruppering av generasjonene som er relevant for videre forskning i oppgaven.

3.1 Organisasjon og organisasjonsstruktur

En organisasjon er et sosialt kompleks som er til for å løse spesielle oppgaver og oppnå sine mål. I dagligtale ville man forklart at en bedrift eller en bank er en organisasjon. Men hvordan man skiller disse fra andre sosiale grupper som for eksempel familie, så ser man på hvordan deltakeren er koblet til hverandre. (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s.16).

Organisasjonsstruktur viser arbeidsdelingen og systemer for kontroll, i tillegg til koordinering og styring som er vedtatt til deres beslutning. Organisasjonsstrukturen organiserer de ulike arbeidsoppgavene i virksomheten og sørger for at regler og rutiner opprettholdes. Samtidig styrer den hvordan oppgavene skal koordineres for å sikre at arbeidet som blir utført blir lønnet. Det er viktig å organisere arbeidsoppgavene til de ansatte, da en virksomhet ofte er delt opp i flere avdelinger der hver avdeling krever en spesifikk kunnskap. Derfor ville det ikke vært fornuftig å ha en og samme person til å utføre alle arbeidsoppgavene i virksomheten. Et eksempel på dette kan være i en bank, der en person kan ha stor kunnskap om lån, forsikring, investeringer og finansiering, imens andre kan ha stor kunnskap om det tekniske innenfor virksomheten. Når organisasjoner er store må man også gruppere dem, noe som vil si at flere mennesker har lignende oppgaver. (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s. 68-70).

Hierarki angir fordeling av beslutningsmyndighetene i organisasjonen, noe som vil si at de har en som kan bestemme hva som skal gjøres i hvilken situasjon når situasjonen oppstår. Når ansatte ikke klarer å løse situasjoner selv, vil problemet blir sendt til et høyere nivå i hierarkiet, der for eksempel en leder kan avgjøre hva som skal bli gjort. (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s. 80).

3.2 Endring

Endring kan defineres som en utvikling av noe nytt, samtidig kan det være ødeleggende for noen tidligere etablert i virksomheten. Endring kan inneholde mange forhold, som endring i teknologi, strategier, oppgaver og mål. Organisasjonen må finne nye måter å utføre disse oppgavene på, og man må ofte justere delmål og strategi for å nå målet. For å endre strategien til et mål, må arbeidsoppgavene koordineres og en må finne de belønningssystemene som motiverer virksomheten høyest for å nå sine mål (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s. 373).

Organisasjoner som ikke klarer å henge med de teknologiske fremskrittene, vil trolig ikke klare holde seg på markedet langt frem i tid. Endringer skjer hyppigere i dag, da verden preges med rask flyt av kapital, arbeidskraft og informasjonssystemer langt over landegrenser. I tillegg står teknologien høyt på listen, noe som skaper stadig modernisering av de digitale systemene, samtidig skaper det større og større konkurranse internasjonalt (Jacobsen & Thorsvik, 2019, S. 372).

Ifølge Jacobsen og Thorsvik er det nødvendig å studere hvordan organisasjoner vil håndtere ulike krav for endring, og det er flere retningslinjer å følge. En av dem er å bedre og effektivisere eksisterende produkt, tjenester og arbeidsoppgaver. Eksempelvis gir utviklingen av produksjonsteknologi oss muligheten til å automatisere, rasjonalisere og robotisere større deler av industrien. Informasjonssystemene endrer store deler av tjeneste industrien. Virksomhetene leter stadig etter nyere og mer effektive løsninger, og målet vil ofte være å produsere produktet eller tjenesten raskt med minimalt ressursbruk og med god kvalitet.

Innovasjon er noe alle bedrifter er opptatt av, og med dagens fart på utvikling og modernisering opplever bedriftene stort press på å holde følge. Samfunnet stiller stadig krav og forventninger til endringene moderniseringen fører med seg, og dette er noe organisasjonene bør opprettholde for å oppnå legitimitet, det vil si å bli akseptert eller sett på som rettmessig eller rettferdig i samfunnet (snl.no, 2014).

Endring i virksomheter vil som oftest påvirke de ansatte, og det kan oppstå protester mot disse endringene. Ofte må virksomheten gjennom en endringsprosess da den kan være preget av konflikt, og det oppstår ofte ulike forhandlinger og kostnader som følge av dette (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s. 372 – 373).

Det vil alltid være ulike synspunkter på endring i en organisasjon, både positive og negative. Endring er et bredt tema, det kan handle om ny teknologi og modernisering, noe som ofte fører til nye rutiner og retningslinjer når arbeidsoppgavene skal utføres, selv om arbeidsoppgavene allerede eksisterte (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s. 373). Som kunde kan det være frustrerende til tider når systemer man har lært seg og kjenner til, plutselig endrer seg. Reaksjonene på endring vil ofte variere mellom de ulike generasjonene. Den eldre generasjonen har ikke vokst opp med stadig utviklende teknologi, slik den yngre generasjonen har.

Det å være ”first mover advantage” vil være lønnsomt for en organisasjon. Det vil si å tilpasse seg nåtiden og forberede seg på fremtiden slik at en alltid holder seg oppdatert. Årsaken til dette vil være konkurransen i bransjen, i tillegg vil kundene som interesserer seg for utvikling og modernisering ofte holde seg til de organisasjonene som er først ute med de moderne løsningene (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s. 377).

I banker blir det stadig nye ting å sette seg inn i for både kunder og ansatte. For den yngre generasjonen kan det føles lettere med den teknologien som er per dags dato enn for den eldre generasjonen. Det er vanlig å dele barn, foreldre og besteforeldre i forskjellige ledd ut i fra fødselsår. Generasjon X født fra år 1965-1980, millenniumsgenerasjonen/generasjon Y er født fra 1981-1996 og Generasjon Z fra 1997 frem til året i skrivende stund. Når det vurderes hva som påvirker menneskers holdninger, verdigrunnlag og atferd, må vi ta hensyn til hvilke kulturelle generasjoner de hører til. Man må derfor se på når de ble født for å få svar på deres verdigrunnlag og forventninger (Sander, 2019).

Eksempelvis vil de som er fra 1990-tallet og senere være oppvokst med stadig utviklende teknologi, og har derfor med erfaring med å måtte sette seg inn i endringer som eventuelt har

og vil oppstå både i arbeidslivet og privat. Det er blitt mindre muligheter å besøke bankfilialer på kjøpesentre og sentrumsområder siden flere banker har valgt å legge dem ned rundt i Norge (Firmand-Anda, 2017). Bankfilialer er blitt erstattet med nettbank, kundeservice gjennom telefon og gjennom chatbot. Chatbot er et datasystem som kan være så simpelt som å reagere på bestemte nøkkelord, mens andre velger å bruke mer avanserte “boter” som er i stand til å forstå komplekse spørsmål. En chatbot skal gi svar på det eksakte spørsmålet kunden spør om, ikke mer eller mindre. Flere organisasjoner tilbyr denne tjenesten inkludert banker, og den er tilgjengelig hele døgnet for å hjelpe med enkle bankspørsmål (Stene, 2018).

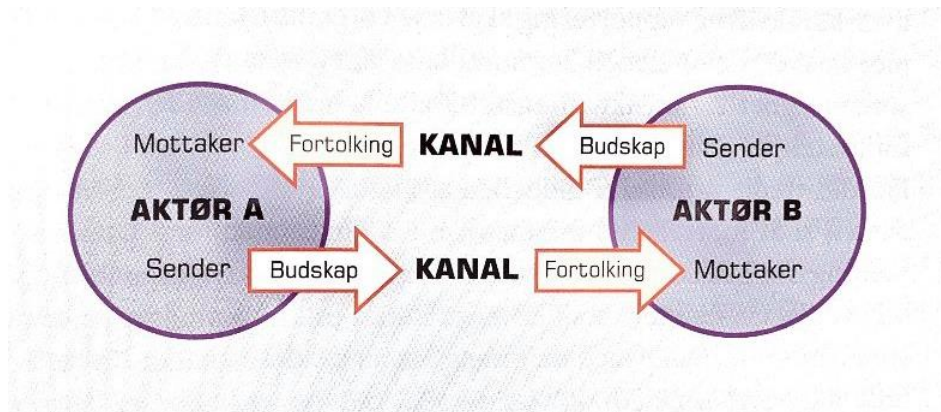
Disse digitale tjenestene kan føre til endring i selve organisasjonen. Det kan bli endrede arbeidsoppgaver grunnet teknologien som tar over ulike arbeidsoppgaver, og det blir dermed ikke bruk for ansatte til å utføre disse oppgavene. Dette kan føre til kulturendring der det blir endrede normer og verdier, og indre motivasjon kan bli økende eller svekket ved nye utfordringer i arbeidslivet (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s. 373).

En endring i en organisasjon kan komme av press fra mellomledere som påvirker prosesser på ulike måter. Mellomleder skal håndtere medarbeidere ved å forklare hvorfor og hvordan denne endringen skal foregå, samt sørge for at daglig drift opprettholdes. Press skapes ofte gjennom økonomiske forhold og konkurrenter i virksomheten. En konkurranseanalyse utføres ofte ved å ta en markedsundersøkelse, der man ser hvordan forbrukeratferden er. I en slik analyse kan man se hvordan kunden foretar seg ved å tilpasse, kvitte og bruke tjenestene/produktene organisasjonen tilbyr (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s. 376).

3.3 Kommunikasjon

Kommunikasjon sies å være nøkkelen til et hvert forhold, og den nye digitale verden har hatt stor påvirkning på hvordan man kommuniserer med hverandre i dag. Det er og kommer stadig nye kommunikasjons veier gjennom nettbaserte digitale medier. Istedenfor å kunne møtes fysisk for å drøfte oppgaver, kan man ha et elektronisk møte som sparer både tid og penger. Slik som det er i dag, kommuniserer bankene med kundene sine via både verbal og ikke-verbale kanaler. Det er viktig å merke seg at alle medlemmer i denne kommunikasjonen deltar. Selv om det ofte kan være lederen/banken som kommuniserer mest, er alle med på

kommunikasjonen. Andre ting som spiller inn, er at man må sørge for at informasjon kan oppfattes ulikt (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s.270 - 271).



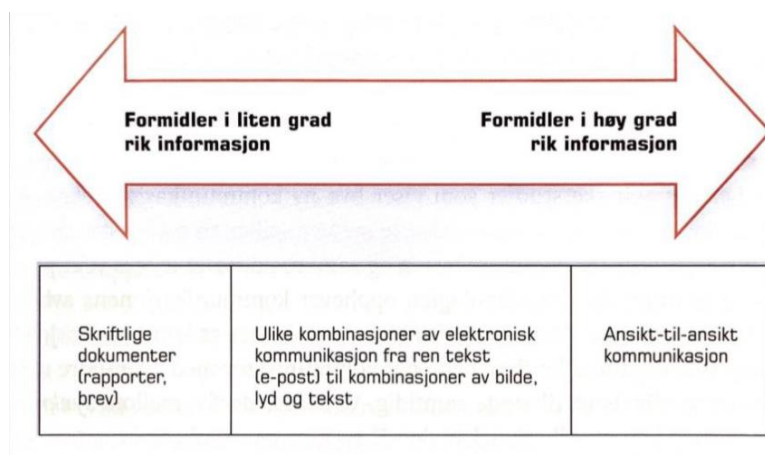
Figur 4: Kommunikasjonsprosessen (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s. 271)

Slik figuren ovenfor viser ser man at selve kommunikasjonsprosessen er formulert som en rekke handlinger, hvor informasjon som videreføres fra en sender til en mottaker. Figuren viser at man tenker seg at kommunikasjon består av to aktører i dette eksempelet, der en sender ønsker å formidle sitt budskap videre til en mottaker som mottar denne opplysningen. Man må kunne identifisere hvem som kommuniserer med hvem, og hvordan deltakeren fungerer som sender og mottaker.

Figuren hjelper oss med å kartlegge og holde fast ved de rollene man har i en kommunikasjonsprosess. Samtidig viser den hvordan personene, over tid, mottar informasjon og danner sin egen oppfatning og påvirker dette med vedkommende de kommuniserer med. (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s.271)

For å få en god og rask kommunikasjonsmulighet trenger man utvikling av informasjon og kommunikasjonsteknologi. På grunn av de digitale tjenestene man har i dag, som internett, smarttelefoner, sosiale medier og nettskyer for lagring av all informasjon gjør at man samarbeide og kommunisere bedre, også uavhengig av hvor man befinner seg. (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s.273). Kommunikasjonskanaler gjennom internett, kan gi rom for følelsesladet innhold. Forskning har vist at det å formidle følelser gjennom elektronikk er begrenset, sosiale samhandlinger vil gi større effekt for å kunne formidle følelser.

Figuren nedenfor vises det hvordan de ulike kanalene for kommunikasjon kan plasseres på en skala som angir hvilken grad kommunikasjonen formidles. Muntlig ansikt – til – ansikt utgjør den ene ytterkanten, mens skriftlig kommunikasjon utgjør den andre. IKT har hatt en stor utvikling med antall mulige kommunikasjonskanaler, som ligger på grensen mellom muntlig og skriftlig kommunikasjon. Vi har chat som et eksempel, det er en skriftlig kommunikasjonskanal men den har en muntlig form for den gir raske tilbakemeldinger. Man må ta i betraktning hvilken kommunikasjonskanal man vil bruke, ulike kanaler gir ulike typer budskap. Forskning har vist at jo mer usikkerhet som er koblet til budskapet, desto rikere kommunikasjonskanal bør man bruke. (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s.275).



Figur 5: Ulike kanalers evne til å formidle rik informasjon (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s. 275)

Bankene bruker flere forskjellige kommunikasjonskanaler for å nå ut til kundene sine. Det er mulighet for veiledningsmøte med rådgiveren sin, der det blir ansikt-til- ansikt kommunikasjon. Per dags dato kan de digitale tjenestene være en mer effektiv kommunikasjonsmåte for både banken og kundene, da man slipper å møte opp til rådgivning og heller kan chatte gjennom mail eller chatbot. Gjennom den skriftlige kommunikasjonen blir samtalen lagret og man kan dermed gå tilbake til spørsmål og svar om det skulle være ønskelig.

3.4 Teknologisk utvikling

Utviklingen innen digitalisering, informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT) de siste tiårene har hatt store betydelige effekter på organisasjoners formelle struktur. Den teknologiske utviklingen har ifølge Jacobsen og Thorsvik ført til at hele bransjer eller virksomheter har gått tapt (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s. 111). Jacobsen og Thorsvik har en

påstand om at organisasjoner blir mindre målt i antall ansatte fordi stadig flere oppgaver utføres av maskiner og ikke mennesker. Ifølge Jacobsen og Thorsvik gir IKT og digitalisering mulighet til i stadig økende grad av automatiserte oppgaver. Et veldig godt eksempel på dette er nettopp at dagens banker i stor grad har overlatt oppgaver som tidligere ble utført av skrankepersonell, til maskiner som minibanker, innskuddsautomater, nettbanker og lignende (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s. 111).

Det er færre hierarkiske nivåer mellom toppledelsen og de som produserer produktet/tjenesten, noe som gjør at strukturen i organisasjonene vil bli flatere. IKT og digitalisering gjør fysisk avstand mindre betydelig. Tidligere har det vært nødvendig å lokalisere de ansatte fysisk nært hverandre for at de skal ha mulighet til å kommunisere og koordinere sammen. Hjelpemidler som E-post, Skype, smarttelefoner og databaser har gjort det mulig å kunne jobbe i ulike bygninger og land, men fortsatt ha like rask og direkte kommunikasjon (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s.114).

IKT bidrar til at de ansatte får tilgang til bestemte databaser som er opprettet til den bestemte virksomheten. Som for eksempel å se på kredittverdigheten til en kunde, må alle som jobber i banker/kreditorer ha tilgang til kundens personlige økonomi med tanke på inntekt og gjeld. Uten denne tilgangen til slike databaser ville det vært vanskelig for organisasjonene å ha oversikt om kunden er kredittverdig eller ikke (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s.113).

Norge var blant de første i verden som etablerte nettbank, og det oppstod i september 1996. Ordet nettbank har flere betydninger (Haraldsen, 2019). Det kan ifølge SNL defineres som banktjenester som utføres via internett. Du får oversikt over kontoer, muligheter for betaling av regninger og overføring av penger, søknader om fond, lån og andre tjenester bankene tilbyr ("Nettbank", 2015).

Norge er kjent for å være et trygt land. Det er lagt mye arbeid ned med tanken på dette når det kommer til å gi både kundene og banken maksimal trygghet mot misbruk. Sikkerheten kan bestå av ulike type engangspassord, som for eksempel kodebrikke fra banken eller bankID på mobil. Hensikten ved bruk av nettbank er å kunne utføre faste transaksjoner etter

selvbetjening prinsippet, i tillegg til at det frigjør en rekke oppgaver og rutiner både for kundene og banken (“Nettbank”, 2015).

Teknologien er med å redefinere finansielle tjenester. Når kundepreferanser utvikles stilles det høyere krav til kompetanse i direkte og mobile banktjenester, og den digitale økonomien blir stadig utviklet. Man kan for eksempel i dag betale varer på Coop ved hjelp av Coopay, der man skanner medlemskortet og godkjenner med fingeravtrykk eller Bank-ID. Dette er koblet opp med mobilbanken som tilbyr slike banktjenester som pengeoverføring. BankID er noe som kom i 2004 og ble utviklet av finansbransjen. I dag blir bankID brukt av alle norske banker, samt offentlige og private nettsider som inneholder en rekke personlig informasjon, eksempelvis altinn.no (Bartnes, 2017). Vi benytter oss ofte av bankID når det kommer til elektroniske banktjenester, som for eksempel å søke lån eller kreditt, men det brukes også for å signere viktige dokument som lånedokument og kontrakter.

I juni 2015 gjorde DNB et stort sprang i teknologien, de kom med applikasjonen Vipps. Det er en betalingsløsning som til og med den dag i dag briljerer i Norge, og som bare 2 år senere ble brukt av rundt 2,5 millioner brukere. Videre utvikling har oppstått i applikasjonen som mulighet for å skanne QR-koder, ta bilde av regninger og godkjenne e-faktura. Dette samarbeidet startet i 2017 med Sparebank 1 – alliansen, Eika alliansen og flere selvstendige banker. Totalt gikk 106 ulike banker sammen med DNB, med Rune Garborg som administrerende direktør. Applikasjonen henter altså inn informasjon fra de ulike bankene, og gjør at den fortsatt briljerer over mange andre applikasjoner og nettbanker den dag i dag (Gram, 2020).

3.4.1 PSD2

PSD2 (Revised Payment Services Directive) er en betalingstjeneste der bankene må åpne for transaksjoner utenfor nettbank og mobilbank. Med PSD2 som er en helt ny betalingstjeneste, utelukkes transaksjoner via banken. Det vil framstå mange nye muligheter med dette, og med det nye regelverket vil det for noen bety en helt ny business (“Finansbransjen- aktiviteter og risikoer”, u.å)

Det er planlagt to nye aktører i betalingsmarkedet i følge pwc.no, betalingsfullmektig (PISP) og opplysningsfullmektig (AISP), der begge får mulighet til å hente ut informasjon eller utføre betalingstjenester. Strategien PSD2 ønsker å baseres på er kundenes posisjon, men det vil være store variasjoner fra bank til bank på hva som er riktig strategi. Som kunde vil du kunne få full oversikt over bankkontoene dine i en og samme app, mens for bankene betyr dette at hvem som helst med konsesjon fra EU finansilsyn kan tilby betalingstjenester og hente ut penger fra kundenes konto (“PSD2: Bankene må unngå digitale bankran”, 2019).

3.5 Økonomi

I den økonomiske delen av oppgaven, ønskes det å undersøke hvor lønnsomt det har vært for banken med de teknologiske fremskrittene og digitaliseringen og om bankene har en fremtid på grunnlag av dette. Her møtte det på utfordringer, da noe økonomisk informasjon er ofte er konfidensiell innen virksomheten, men man håpet å få noe nøyaktig svar ved samarbeid med en eller flere banker. Grunnet COVID-19 ble det vanskelig å komme i kontakt med bankene, da Stortinget kom med restriksjoner for å unngå smitte. Det førte til at man måtte undersøke andre kilder og man fant mye god informasjon hos proff.no.

Ifølge SNL (store norske leksikon) kan økonomi forstås som et økonomisk system. Man kan ifølge SNL skille mellom samfunnsøkonomi og bedriftsøkonomi. Det ønskes å se nærmere på hvilke ressurser som disponeres i organisasjoner. Årsaken til dette er at alle organisasjoner har som mål å oppnå høyest mulig resultat med minst mulig ressursbruk. Dette er et viktig prinsipp i en økonomisk virksomhet (“Økonomi”, 2017).

Økonomi kan også sees på som læren om hvordan få ressurser kan utnyttes til ulike formål for å tilfredsstille virksomhetens behov på den mest effektive måten. Økonomisk effektivitet er et viktig prinsipp og handler om hvordan få ressurser gir høyest mulig avkastning sett fra samfunnets side. Gitt teknologi og ressurstilgang vil ikke være mulig å forbedre i en avdeling av virksomheten uten at en annen avdeling får det verre. Dette er en definisjon fra den italienske økonomen og sosiologen Vilfredo Pareto (1848-1923), ofte kalt Pareto-optimalitet (“økonomisk ordliste”, 2008, avsn. 4).

Et annet viktig prinsipp innen økonomi er økonomistyring. Økonomistyring handler om målsetting, problemstillinger og språkskapende samspill knyttet til utvikling og oppfylling av eksterne og interne kontrakter. Det handler også om at en virksomhet på forhånd kan stille opp med resultatbudsjett, likviditetsbudsjett og balansebudsjett for en bestemt regnskapsperiode. Ved den bestemte periodes slutt, sammenlignes virksomhetens regnskapstall opp mot det som var budsjettet. Dette er viktige steg for en virksomhet for å sette opp budsjettkontroll og finne avvikene mellom regnskap og budsjett. Avvikene analyseres ofte for å finne avvikene for å så bruke den informasjonen for fremtidig oppstilling av budsjett. Årsaken til de store endringene i bankene kan være sett på som økonomisk rasjonalitet. Alle virksomheter ønsker maksimal tilfredshet og vil utnytte enhver mulighet til å bedre en situasjon ("Økonomisk ordliste", 2008, avsn. 14).

3.6 Oppsummering av teori

Årsaken til at det ønskes å se nærmere på disse temaene, var fordi det ville være relevant for videre forskning i oppgaven. Det ble nevnt kort hva en organisasjon og organisasjonsstruktur var, av den grunn at oppgaven handlet om bank som er en organisasjon. Det har også blitt sett på endring da dette var et av hovedtemaene i oppgaven, der store deler handlet om stadig ny teknologi og digitalisering av arbeidsoppgaver. Endring har vært en stor del av både kundene og ansattes hverdag, med ny teknologi og tjenester. Man ønsket å drøfte videre i oppgaven hvordan endringen har utvikler forholdet med banken og kundene, hvordan kundene så på endringen bankene har utført og om de har klart å følge den digitale verden.

Kommunikasjon var noe man valgte å drøfte om, da mye i dag går elektronisk grunnet digitalisering av bankene og dette har frigjort og effektivisert arbeidskraften i virksomheten. Man ønsket å bruke teori om kommunikasjon for å drøfte hvordan bankene i dag kommuniserte med kundene sine, om det var mer effektivt for kundene og om kundene synes det ble for upersonlig å ha det meste av kommunikasjon gjennom det elektroniske.

Det ble presentert teknologisk utvikling for å gi en oversikt over hvordan teknologien i bankene hadde utviklet seg frem til i dag. Man ville bruke digitaliseringen og den

teknologiske utviklingen videre i oppgaven for å kunne drøfte effektiviseringen av arbeidsoppgavene i banken samt overfor kundene.

Økonomi drøftes da man ønsket å analysere årsregnskapet til SR-Bank Sparebank 1 Haugesund. Man ønsket å beregne likviditeten til virksomheten, samt analysere lønnskostnadene grunnet påstander om at teknologien har overlatt de menneskelige arbeidsoppgavene til maskiner. Utstyr og teknologi er noe som har kostet virksomhetene, men det burde også effektivisere arbeidsoppgavene samt redusere ressurser. Man ønsket å analysere bankens fremtid ved de teknologiske fremskrittene og digitaliseringen i banken ut i fra resultatet man fant på proff.no.

4 Metode

I dette kapittelet ønskes det å gjøre rede for metodisk tilnærming. Det vil inneholde metodevalg som skal finne svar på problemstilling og hva som er svakheter og styrker ved metodevalget, valg av informanter, intervjuguide og hvordan intervjuet gjennomføres. I tillegg til primærdata fra informantene våre, så har vi sekundærdata fra fem ulike forskningsartikler.

4.1 Metodevalg

Forberedelsene man gjorde før metodevalget for å kunne få svar på problemstillingene var å søke på internett om det var ulike forskningsartikler som var relevante. Det ble i litteraturen skilt mellom to forskjellige metoder, samfunnsvitenskapelig metode og naturvitenskapelig metode. Fenomener uten språk og mulighet til å forstå seg selv og sine omgivelser er noe naturvitenskapen hovedsakelig forholder seg til, det vil derfor ikke være mulig å spørre eller diskutere med, naturforskeren vil være en tilskuer til det som studeres. Samfunnsvitenskapens studieobjekt er komplekst og omhandler mennesker som har meninger og oppfatninger om seg selv og andre. Man skal kommunisere med og tolke mennesker, noe som krever fremgangsmåter og metoder. (Johannessen, Christoffersen & Tufte, 2011, s. 34-35)

Det er to ulike metoder innenfor den samfunnsvitenskapelige metodelæren, kvantitativ- og kvalitative metode. Kvantitativ metode har ofte mange informanter, men få spørsmål og svaralternativer (Johannessen, Christoffersen & Tufte, 2011, s.35). Dette fører til at man kan få litt informasjon om mange personer. Den enkleste og mest brukte måten å få informasjon på er gjennom et spørreskjema. Forskeren bruker denne informasjonsmodellen for å analysere ved hjelp av ulike analyseteknikker og sammenlignes med eksisterende statistikk. Det vil være mulig å tallfeste informasjonen eller la de uttrykkes i form av tall (Andersen, 2019).

På tjenesten Proff.no kan man finne informasjon om norske bedrifter som kan være nyttig for aktører som leter etter leverandører og samarbeidspartnere (“Proff- The business finder”, u, å). Ved hjelp av denne nyttetjenesten for norsk næringsliv har man fått en innsikt i årsregnskap som vil være gunstig å sammenligne med funn fra forskningsartikkel. Det har i hovedsak blitt brukt forskningsartikler med kvalitativ metode orientering, da dette gav et

bredere bilde til oppgaven. Vi har prøvd å bruke nøytrale søkeord som “banks økonomi og digitalisering”, “bank og kundeforhold”, istedenfor “negative sider med digitalisering i bank” eller “positive sider med digitalisering i bank”, da det ikke var ønskelig å ta stilling til noe utfall. Det har i tillegg blitt prøvd å tatt utgangspunkt i forskningsartikler fra den nordlige halvkule for at det skulle være så relevant som mulig å sammenligne med de norske banktjenestene.

Artiklene ble funnet ved hjelp av søketjenester som oria.no, forskning.no og digi.no. Ved datainnsamling av kunder i de ulike bankene i Norge, var det gunstig å bruke kvalitativ metode ved hjelp av intervju. Det er begrenset antall informanter og man får mer detaljert informasjon med flere spørsmål til informanten (Andersen, 2019).

4.2 Fordeler og ulemper med kvalitativ metode

Ulempen med kvalitativ metode kunne være at informantene ikke fikk den anonymiteten en ville ha, dette kunne ført til at informanten valgte å ikke svare ærlig på spørsmålene som blir stilt. Dette kunne fremstått ved ledende spørsmål fra den som intervjuer og at intervjuobjektet valgte å svare det som h*n antok som etisk riktig. Denne metoden kunne også sees på som tids- og ressurskrevende, da man måtte regne med lang tid på å samle inn data, og det å analysere dataen man fikk inn ifølge Wikipedia (“Kvalitativ metode”, u.å.).

I følge Wikipedia vil fordeler med kvalitativ metode kunne for eksempel være å gi informantene mulighet til å utdype meningene sine. Man hadde også mulighet til å spørre om oppfølgingsspørsmål fra begge parter, om spørsmålet skulle vært uklart eller om intervjueren ville ha mer informasjon angående det intervjuobjekt snakket om. Man kunne også observere kroppsspråket til informanten. Det å observere kroppsspråk kunne ha noe å si på om intervjuobjektet synes det var et ukomfortabelt tema, om det var spørsmål de synes var irrelevant for tema, eller om det var et tema de hadde mye interesse for (“Kvalitativ metode”, u.å.).

4.3 Fordeler og ulemper med kvantitativ metode

Ulempen med kvantitativ metode var at prosessen måtte planlegges nøyaktig på forhånd, der man hadde mange informanter, men lite informasjon om hver. Man kunne ikke stille tilleggsspørsmål underveis ved et spørreskjema, og man måtte ta utgangspunkt i de svaralternativene man hadde (Andersen, 2019).

Fordelen med kvantitativ metode var at man fikk mange svar av mange informanter, det ofte brukt spørreskjema eller allerede eksisterende statistikk. Det kunne blitt gjort på en rask og enkel måte, slik at informantene kunne bruke noen få minutter på undersøkelsen. Kvantitativ data kunne hjelpe oss å se det store bildet i en hypotese der forskningen gav oss tall, slik at man kunne få en statistisk analyse (“Forskjellen mellom kvantitative og kvalitative undersøkelser” u.å).

4.4 Valg av informanter

Formålet med denne undersøkelsen var å undersøke forskjell på kundene i de ulike generasjonene med tanke på den digitaliseringen i bankene, dette med hjelp av kvalitativ metode. Vi tok utgangspunkt ut fra generasjon X, milleniumsgenerasjonen og generasjon Z, der vi hadde tjue like intervjuer jevnt fordelt på denne grupperingen.

Når det ble benyttet den kvalitative metoden, var hensikten å komme nærmere målgruppen man har satt for oss. Dersom man for eksempel stilte spørsmål om hvorfor folk fremdeles betalte regninger ved å bruke bankfilialer i stedet for nettbanken, var ikke hensikten å vite hvilke tjenester de brukte i bankfilialene, men heller hvordan informantene oppfattet helheten og hva fordelene og ulempene med bankfilial kontra det å bruke nettbank var (Johannessen, Christoffersen & Tufte, 2011, s. 107).

4.5 Gjennomføring av intervju

Undersøkelsen ble gjennomført så anonym som mulig, det ble dermed ikke tatt noe lydopptak eller videoopptak. Planen var i utgangspunktet å være to stykker sammen som intervjuet hver og en informant, da ene skulle skrive notater og den andre skulle stille spørsmålene. Grunnet

COVID-19 som rammet oss 12.03.20, måtte man følge rådene til Folkehelseinstituttet (FHI). Man fikk beskjed om å ikke omgås med flere ulike personer dersom det ikke var nødvendig for å forebygge smitte (FHI, 2020).

Det ble derfor valgt å ta telefonintervju og videointervju ved hjelp av mobilkamera eller webkamera på PC med de som har ønsket et mer personlig intervju med oss. Man valgte å gjennomføre dette hver for oss, da den ene på bachelorgruppen var i karantene og for å forebygge smitte. For at det ikke skulle bli for personlig for informantene, intervjuet gruppen hverandres familie, bekjente og venner som man mente kunne gi interessante svar på spørsmålene. Det ble valgt å ikke gi noen tilgang til spørsmålene for intervjuobjektene før selve intervjuet. Årsaken til dette var at man mente det ikke ville gi noe stor betydning på svarene man fikk. Intervjuguide ligger som Vedlegg 1- Intervjuguide.

To av gruppemedlemmene tok muntlig kontakt med informantene, der det ble avtalt tid for en samtale over telefon eller videokonferanse. Alle tjue intervjuene ble gjennomført i løpet av noen dager, da alle informantene hadde tid til et 5-10 minutters intervju på kort varsel. Det ble skrevet et referat av hvert intervju man utførte. Dette kunne føre til spennende funn og god oversikt over hva de ulike generasjonene gav svar på.

5 Empiri- Presentasjon av data

I dette kapittelet blir det presentert årsregnskap fra proff.no, samt sekundærdata fra forskningsartikkelen “Har fremtidens bank noen fremtid” hentet fra digi.no. I tillegg til dette ønsket man å legge frem primærdata basert på intervjuer med 20 informanter. Man presenterte også sekundærdata som var innhentet fra fire artikler, “Dårlig service gir kundeflukt”(forskning.no), “vi må snakke mer om digitalisering” (forskning.no), “Bankkundene vil fortsatt ha personlig service” (forskning.no) og “Banken og kunderna” (kth.diva-portal.org). Avslutningsvis ønsket man å prøve og sammenligne funn fra primærdata og sekundærdata.

5.1 Datafunn av regnskap

Allmennaksjeselskapet Sparebank 1 SR-Bank, tidligere kalt Sparebank Rogaland, er den største banken tilknyttet Sparebank 1 gruppen. Hovedkontoret er plassert i Bjergsted i Stavanger med Dag Mjedell som styreleder og Arne Austreid som administrerende direktør. Ifølge Wikipedia ble virksomheten etablert 1.oktober 1976 og hadde i 2019 953 ansatte. Sparebank 1 SR-Bank har mer enn 300 000 privatpersoner og bedrifter som kunder og har 36 kontorer fra Oslo i øst til Bergen i vest (Sparebank 1 SR-Bank, u.å.).

Det ble valgt å gå lokalt når det kom til dataanalysen, og banken som ble valgt var Sparebank 1 SR-bank, Haugesund. Man ønsket å finne ut om det fortsatt var lønnsomt for banken å drive virksomheten deres og om det har påvirket de ansatte. Tallene som ble brukt her var hentet direkte fra proff.no og gikk fra 2008-2018.

Tabell 1: Årsregnskap SR-Bank 1 Haugesund (2008) ("Sparebank 1 SR-Bank Haugesund" u.å.)

REGNSKAPSPERIODE	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
Startdato	01.01.2018	01.01.2017	01.01.2016	01.01.2015	01.01.2014	01.01.2013	01.01.2012	01.01.2011	01.01.2010	01.01.2009	01.01.2008
Sluttdato	31.12.2018	31.12.2017	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2013	31.12.2012	31.12.2011	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2008
LEDELSENN I HELE 1000											
Valkode	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
Lønn	17 528	-	-	3 427	-	-	3 365	2 613	-	-	-
Leder annen godtgjørelse	6 114	-	-	802	-	-	407	632	-	-	-
RESULTATREGNSKAP I HELE 1000											
Valkode	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
Sum salgsinntekter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Annens driftsinntekt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sum driftsinntekter	4 639 000	4 516 000	4 482 000	3 720 000	4 056 000	3 949 000	3 194 000	2 670 000	2 768 000	2 774 000	1 999 000
Varekostnad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Beholdningsendringer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lønnskostnader	968 000	952 000	854 000	689 000	900 000	906 000	849 000	604 000	632 000	666 000	608 000
Herav kunlønn	694 000	634 000	634 000	-	-	687 000	-	-	-	-	-
Ordinære avskrivninger	-	-	-	-	-	65 000	66 000	68 000	62 000	65 000	54 000
Nedskrivning	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Andre driftskostnader	752 000	724 000	680 000	709 000	656 000	567 000	547 000	563 000	473 000	495 000	484 000
Driftsresultat	2 919 000	2 840 000	2 948 000	2 342 000	2 500 000	2 411 000	1 732 000	1 435 000	1 601 000	1 548 000	853 000
Inntekt på invest. annet foretak i sm konsern	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inntekt på investering i datterselskap	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sum annenrenteinntekt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inntekt på invest. i billyttet selskap	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sum annen finansinntekt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sum finansinntekter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nedskrivning fin. anleggsmidler	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sum annen rentekostnad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Andre finanskostnader	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sum annen finanskostnad	322 000	542 000	684 000	380 000	248 000	116 000	128 000	121 000	187 000	333 000	353 000
Sum finanskostnader	322 000	542 000	684 000	380 000	248 000	116 000	128 000	121 000	187 000	333 000	353 000
Resultat før skatt	2 597 000	2 298 000	2 264 000	1 962 000	2 252 000	2 295 000	1 604 000	1 314 000	1 414 000	1 215 000	500 000
Sum skatt	479 000	439 000	343 000	340 000	446 000	457 000	363 000	378 000	288 000	273 000	135 000
Ordinært resultat	2 118 000	1 859 000	1 921 000	1 622 000	1 806 000	1 838 000	1 241 000	936 000	1 126 000	942 000	365 000
Ekstraordinære inntekter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ekstraordinære kostnader	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Skatt ekstraordinært	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Årsresultat	2 118 000	1 859 000	1 921 000	1 622 000	1 806 000	1 838 000	1 241 000	936 000	1 126 000	942 000	365 000
Utbytte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Konsernkidra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
BALANSERE GHSKAP I HELE 1000											
Valkode	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK	NOK
Goodwill	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sum immaterielle midler	-	-	-	2 000	-	-	-	-	-	-	-
Sum anleggsmidler	9 378 000	14 480 000	12 807 000	14 778 000	13 924 000	13 293 000	10 971 000	9 028 000	7 823 000	6 374 000	8 335 000
Tønter, bygninger og annen fast eiendom	-	-	-	-	-	160 000	164 000	186 000	179 000	114 000	120 000
Maskiner/anleggsmidler	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Driftsøse/inventar/ verkø w/Eller	-	-	-	-	-	178 000	183 000	194 000	187 000	195 000	206 000
Sum varige driftsmidler	303 000	329 000	354 000	342 000	295 000	336 000	347 000	380 000	366 000	309 000	326 000
Aksjer/investeringer i datterselskap	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Endr. behold. varer under tilvirk./ferdige	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Investeringer i aksjer og anst.ter	517 000	507 000	455 000	468 000	499 000	780 000	498 000	575 000	541 000	441 000	289 000
Andre fordringer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sum finansielle anleggsmidler	9 075 000	14 151 000	12 453 000	14 434 000	13 629 000	12 957 000	10 624 000	8 648 000	7 457 000	6 065 000	8 009 000
Sum varelag	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kundefordringer	132 338 000	130 579 000	120 252 000	137 506 000	134 158 000	113 312 000	102 859 000	95 278 000	100 069 000	88 301 000	94 637 000
Konsernfordringer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sum fordringer	137 407 000	132 186 000	130 390 000	146 319 000	142 275 000	119 981 000	109 213 000	100 669 000	105 680 000	94 048 000	100 557 000
Sum investeringer	33 389 000	32 203 000	22 042 000	20 314 000	15 248 000	21 052 000	18 672 000	19 846 000	18 736 000	22 558 000	9 034 000
Kasse/Bank/Post	717 000	207 000	1 079 000	931 000	1 847 000	1 265 000	1 314 000	263 000	1 235 000	781 000	6 998 000
Sum kasse/Bank/Post	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sum nettoopsnider	171 513 000	164 596 000	153 511 000	167 564 000	159 370 000	142 298 000	129 199 000	120 778 000	125 651 000	117 387 000	116 589 000
Sum eiendeler	180 891 000	179 076 000	166 318 000	182 342 000	173 294 000	155 591 000	140 170 000	129 806 000	133 474 000	123 761 000	124 924 000
Aksje/Selskapskapital	6 394 000	6 394 000	6 394 000	6 394 000	6 394 000	6 389 000	6 385 000	3 180 000	3 180 000	3 014 000	1 865 000
Annens innskutt egenkapital	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sum innskutt egenkapital	7 981 000	7 981 000	7 981 000	7 981 000	7 981 000	7 981 000	7 972 000	3 805 000	3 805 000	3 472 000	1 957 000
Sum opptjent egenkapital	11 621 000	10 068 000	8 579 000	7 153 000	5 816 000	4 723 000	3 324 000	4 769 000	4 458 000	3 599 000	3 170 000
Annens egenkapital	11 621 000	10 025 000	8 527 000	6 990 000	5 757 000	4 723 000	3 324 000	4 769 000	4 458 000	3 599 000	3 170 000
Sum egenkapital	19 602 000	18 049 000	16 560 000	15 134 000	13 797 000	12 704 000	11 296 000	8 574 000	8 263 000	7 071 000	5 127 000
Sum avsetninger til forpliktelser	146 000	417 000	315 000	643 000	855 000	930 000	597 000	296 000	581 000	91 000	71 000
Pant/gjeldtilkredittinstitusjoner	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Langsiktig konserngjeld	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ansvarlig lånekapital	2 951 000	2 784 000	2 646 000	3 459 000	2 964 000	4 004 000	4 223 000	4 975 000	4 144 000	3 871 000	4 170 000
Sum annen langsiktig gjeld	2 951 000	2 784 000	2 646 000	3 459 000	2 964 000	4 004 000	4 223 000	4 975 000	4 144 000	3 871 000	4 170 000
Annens langsiktig gjeld	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sum langsiktig gjeld	3 097 000	3 181 000	2 961 000	4 102 000	3 819 000	4 934 000	4 820 000	5 271 000	4 725 000	3 962 000	4 241 000
Gjeld til kredittinstitusjoner	3 201 000	4 538 000	3 231 000	6 005 000	6 145 000	3 746 000	4 580 000	4 785 000	7 361 000	8 854 000	11 121 000
Leverandørgjeld	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Skyldig offentlig avgifter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Utbytte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kortsiktig konserngjeld	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Annens kortsiktig gjeld	154 991 000	153 308 000	143 586 000	157 101 000	149 533 000	134 207 000	119 494 000	111 176 000	113 125 000	103 874 000	104 435 000
Sum kortsiktig gjeld	158 192 000	157 846 000	146 797 000	163 106 000	155 678 000	137 953 000	124 054 000	115 961 000	120 486 000	112 728 000	115 558 000
Sum gjeld	161 289 000	161 027 000	149 758 000	167 208 000	159 497 000	142 887 000	128 874 000	121 232 000	125 211 000	116 690 000	119 797 000
SUM EGENKAPITAL OG GJELD	-	-	179 076 000	166 318 000	173 294 000	155 591 000	140 170 000	129 806 000	133 474 000	123 761 000	124 924 000

Ifølge Ivar Bredesen kan et årsregnskap defineres som en oversikt over bedriftens resultat i løpet av en bestemt periode, ofte ett år (Bredesen, 2015, s.37). Hovedoppgaven til driftsregnskapet er å gi en økonomisk oversikt slik at virksomheten kan følge opp, evaluere fremgangen sammenlignet med fastsatte mål og skape grunnlag for læring som igjen kan bedre virksomheten og dens medarbeidere i fremtiden (Hoff, Helbæk & Bjørnenak, 2015, s. 34).

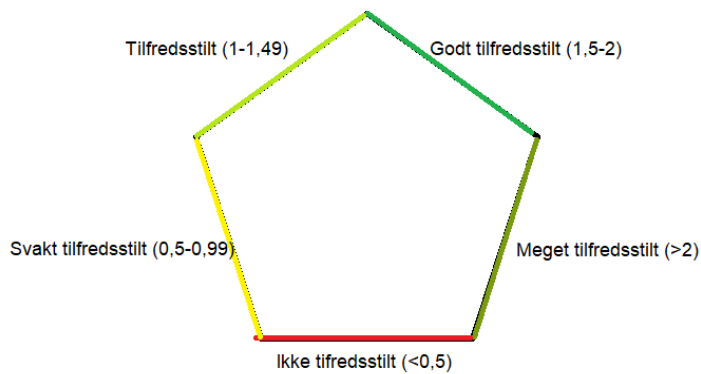
Mer nøyaktig skal en virksomhet ved hjelp av driftsregnskapet utføre relevante og tidsbestemte prestasjonsmålinger av fremgang sammenlignet til mål og plan og utforske avvik i forhold til planlagt fremgang. Driftsregnskapet skal også gi økonomisk oversikt for at virksomheten skal kunne analysere, vurder og skape korrigerende eller alternative tiltak, samt sikre overordnet kontroll med fremgangen i virksomheten med desentralisert ledelsesstruktur (Hoff, Helbæk & Bjørnenak, 2015, s. 34-35).

Tallene man ønsket å se på og analysere i denne delen av oppgaven var likviditeten, i tillegg ønsket man å se om lønnskostnadene hadde gått ned grunnet den nye teknologien. Dette grunnet påstander om at teknologien har overlatt de menneskelige arbeidsoppgavene til maskiner. Utstyr og teknologi er noe som har kostet virksomhetene, men det burde også effektivisere arbeidsoppgavene samt redusere ressurser. Man ønsket å analysere bankens fremtid, ved de teknologiske fremskrittene og digitaliseringen i banken ut i fra resultatet man hentet i årsregnskapet til Sr-Bank Sparebank 1 Haugesund.

5.1.1 Likviditet

Likviditet sier oss virksomhetens evne til å betale kortsiktig gjeld (forfall innen ett år) med omløpsmidler (Meinich, 2014).

Likviditet= $\text{sum omløpsmidler(SOM)} / \text{sum kortsiktig gjeld(SKG)}$



Figur 6: Likviditetskart ("Sparebank 1 SR-Bank, Haugesund" u.å.)

Denne modellen viser prosentvis hvordan virksomheten ofte evalueres på betalingsevne. Ofte har banker og andre virksomheter krav i forhold til dette dersom de skal låne ut kreditt til kundene sine. Som kunde bør man ofte ligge på tilfredsstilt (1-1,49) eller høyere for å få innvilget kreditt.

Utrekning:

$$2008: 171\,513\,000 / 158\,192\,000 = 1,0842 \approx 1,08.$$

$$2009: 164\,596\,000 / 157\,846\,000 = 1,0427 \approx 1,04.$$

$$2010: 153\,511\,000 / 146\,797\,000 = 1,0427 \approx 1,04.$$

$$2011: 167\,564\,000 / 163\,106\,000 = 1,0273 \approx 1,03.$$

$$2012: 159\,370\,000 / 155\,678\,000 = 1,0237 \approx 1,02.$$

$$2013: 142\,298\,000 / 137\,953\,000 = 1,0315 \approx 1,03.$$

$$2014: 129\,199\,000 / 124\,054\,000 = 1,0415 \approx 1,04.$$

$$2015: 120\,778\,000 / 115\,961\,000 = 1,0415 \approx 1,04.$$

$$2016: 125\,651\,000 / 120\,486\,000 = 1,0429 \approx 1,04.$$

$$2017: 117\,387\,000 / 112\,728\,000 = 1,0413 \approx 1,04.$$

$$2018: 116\,589\,000 / 115\,556\,000 = 1,0089 \approx 1,01.$$

Tabell 2: Likviditet

Prosentvis %	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Likviditetsgrad	1,11	1,04	1,05	1,03	1,02	1,03	1,04	1,04	1,04	1,04	1,01

Likviditeten til banken kan vi se at har holdt seg noenlunde stabil, men har sunket litt de siste årene, alt ifra 1,08 – 1,01. Ifølge likviditets skalaen ligger denne verdien på tilfreds. Bankens evne til å betale kortsiktig gjeld er altså gjennomsnittlig god, men bør ikke synke under 1 da dette sees på som svak likviditet.

5.1.2 Lønnskostnader

Tabell 3: Lønnskostnader ("Sparebank 1 SR-Bank, Haugesund" u.å.)

REGNSKAPSPERIODE	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
Startdato	01.01.2018	01.01.2017	01.01.2016	01.01.2015	01.01.2014	01.01.2013	01.01.2012	01.01.2011	01.01.2010	01.01.2009	01.01.2008
Sluttdate	31.12.2018	31.12.2017	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2013	31.12.2012	31.12.2011	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2008
Lønnskostnader	968 000	952 000	854 000	669 000	900 000	906 000	849 000	604 000	632 000	666 000	608 000

Man kunne se at lønnskostnadene hadde økt de siste årene ($\frac{1}{3}$) og årsakene kunne være flere. Selv om mange arbeidsoppgaver har blitt digitalisert, noe som krever mindre tid og mindre arbeidskraft, viste det ingen tegn til at banken har kuttet lønnskostnadene. Virksomheter jobber stadig med å effektivisere arbeidsplassene sine og det jobbes alltid for å oppnå størst mulig resultat ved hjelp av minst mulig bruk av ressursene deres, ressurser i form av økonomi, materialer, utstyr og menneskelig arbeidskraft. Et godt eksempel på dette er innen bankene der mye nå styres elektronisk via nettbank, mobilbank og signering kan utføres via bankID. Disse systemene har kostet bankene. En årsak til at lønnskostnadene kan ha økt, kunne arbeidstidene. Bankene har blitt mer og mer tilgjengelige både over telefon, chatter og e-post. Før den store utviklingen av teknologien, kunne ikke bankene kommunisere med kundene i samme grad som de kan i dag. Før var åpningstidene kun på dagtid (ofte mellom 8:00-16:00) når personellet var i bygningene. Nå holder SR-Bank åpent store deler av døgnet (7:00-24:00) og er tilgjengelige for kundene elektronisk.

Det var vanskelig å si nøyaktig hvor stor del av dette som påvirket SR-Bank Sparebank 1 Haugesund da noe informasjon er konfidensiell. En siste årsak til økte lønnskostnader kunne trolig være opplæring for de ansatte innen ny teknologi. De har måttet lære seg de digitale systemene, fullføre kurs og sertifikater, samt sette seg inn i nye rutiner internt og overfor kundene.

5.2 Datafunn fra forskningsartikkel

Her presenteres en forskningsartikkel «Har fremtidens bank noen fremtid?» som vi mener er relevant med tanke på den datafunn fra regnskap og finansielle delen av oppgaven vår.

5.2.1 Har fremtidens bank noen fremtid?

I forskningsartikkel “Har fremtidens bank noen fremtid?” fra digi.no kan vi se på problemstillingen til bankene, at det har kommet ny teknologi som tar delvis eller helt over de menneskelige ressursene deres. Spørsmålet er om dette har påvirket bankene frem til i dag og om det vil påvirke bankenes fremtid. Vi finner påstander som «Ingen bank som bare er på Internett, vil noensinne lykkes», det var holdningen for 20 år siden. Men likevel var norske banker blant de første i verden til å etablere nettbank. Vi har tidligere nevnt ny teknologi som har oppstått, som for eksempel mobilbank, bankID på mobil, Vipps og mer. Alle disse hendingene har gitt en avlastning på de menneskelige ressursene, da kunden selv kan logge seg inn og utføre det de skal. Spørsmålet er om dette har lønnet seg for bankene, eller om bankens fremtid står i fare (Haraldsen, 2019).

5.3 Sammenligne funn

Vi vil sammenligne og drøfte datafunn av regnskap fra proff.no som er vår primærkilde, og forskningsartikkelen “Har fremtidens bank noen fremtid?”(Haraldsen, 2019) som er vår sekundærkilde.

Endringer er noe som alltid vil oppstå både internt i bankene i form av rutiner og reglement, men også for kundene i form av kommunikasjon og fremgangsmåter. Dette var noe som kunne påvirke kundeforholdet til bankene både positivt og negativt da de ulike generasjonene hadde ulike synspunkt på de teknologiske fremskrittene som stadig kommer. Alt i alt, har banken holdt seg nokså stabil på likviditeten, noe som sier oss at banken kan ha en fremtid om resultatene fortsetter slik de har gjort, i tillegg til at det fokuseres på kundeforholdet.

Det ville være vanskelig å fastslå årsakene til at bankens likviditet har vært såpass stabil, med svært lav nedgang. Utvikling av ny teknologi og digitalisering av system har kostet bankene,

samtidig burde teknologien effektivisere arbeidsoppgavene slik at bruken av ressurser minskes, noe som gjør at de burde utfylle hverandre. Grunnet utvidet åpningstider og opplæring av nye digitale system, har lønnskostnadene økt slik det vises i tabell 3 Det er også mye bankene ikke kan styre, dette i form av renteendringer, valutakurs og ikke minst kundeforholdet til bankene.

5.4 Datafunn fra forskningsartikler

Vi har tatt for oss fire forskjellige forskningsartikler med interessante funn. Det blir kun presentert data som er relevant for vår oppgave i dette avsnittet. Forskningsartiklene skal senere i oppgaven sammenlignes med datafunn fra intervju.

5.4.1 Bankkundene vil fortsatt ha personlig service

Forskningsartikkel “bankkundene vil fortsatt ha personlig service” kommer de frem til at 8 av 10 bankkunder vil ha personlig rådgivning, når det skal bli tatt økonomiske avgjørelser med høyere summer. Undersøkelsen viser at kundene også foretrekker selvbetjeningsløsninger på nett og mobil når de skal bruke tjenester som saldo, bevegelser av kontoer og betaling av regninger (Farbrot, 2016).

Det vises også at de fleste vil ha muligheten til å få digital rådgivning eller oppsøke et bankkontor når det kommer til forsikring, fond produkter og det å få seg et kredittkort. Det samme gjelder om det oppstår problemer, undersøkelse om saker som er under behandling og generell rådgivning i økonomiske kriser, ifølge høgskolelektor Pål Silseth ved Handelshøyskolen BI. Silseth er prosjektleder for Norske kundebarometer ved BI, og har målt kundetilfredshet og lojalitet for de største Norske bankene gjennom 20 år. Denne undersøkelsen viser at DNB som har lagt ned alle sine bankfilialer har de minst fornøyde kundene (Farbrot, 2016).

5.4.2 Banken og kundarne

Forskningsartikkelen “Banken og kundarne” viser det at det kan være lønnsomt å beholde eksisterende kunde kontra å prøve å tiltrekke seg nye kunder (Saren & Tzokas, 1998). I en

studie i Hong Kong viste at mange bedrifter er kunde i flere enn kun en bank. De som valgte dette, mente at det var for risikabelt å kun ha en banktjeneste. Kvaliteten på disse tjenestene var forskjellige i de ulike bankene, da for eksempel en bank kunne ha bedre digitale tjenester, men ikke ha kunnskap om markedet slik som kanskje en annen bank har (Huttunen & Schedvins, 2018, s. 8).

“Banken och kundarne” har også undersøkt at de fleste vil håndterer banktjenester digitalt. Ifølge undersøkelsen vises det at de bankene som har bankfilialer spredt utover deler av landet, har de mest lojale kundene og de er mer motvillige til å bytte bank. Forholdet mellom bank og kunde kan bli sterkere og mer personlig når de har mulighet til å fysisk møtes i en bankfilial. Det å fortsette denne fysiske muligheten i fremtiden vil ifølge forskningsartikkelen være en positiv. Dette grunnet at begge parter kan gi tillit til hverandre ved, som kan føre til lojal kunde. Men til tross for dette kan det sees ut som at ansatte fortsatt reduseres på fordi kundene bruker de digitale tjenestene mer (Huttunen & Schedvins, 2018, s. 25).

I fremtiden vil det være et sterkt behov for å tilby spesialhjelp til de som henvender seg i en bank. Bankene må ha ulike tilbud der de blir fremstilt på en attraktiv måte, slik at de kan konkurrere mot nisjebanker i sektorene. Det kan være en fare for at nisjebankene som kun tilbyr digitale løsninger også har mer attraktive og billigere tilbud til de kundene som skulle ønske det. Ifølge forskningsartikkelen stiller etterspørselen blant den yngre generasjonen sterkere en den eldre generasjonen ved slike digitale banker. For folk flest er hverdagen stort sett preget av teknologi. Dette gjør at bankene kan tilby ulike digitale tjenester (Vipps ect.), og kunden kan velge mellom de som skulle passe dem best av tjenester og banker (Huttunen & Schedvins, 2018, s. 25).

5.4.3 Vi må snakke mer om digitalisering

Ifølge “vi må snakke mer om digitalisering” mener forskere at digitalisering vil endre livene til mange på forskjellige måter. Mange kan kanskje tenke at digitalisering bare er strøm på boks, men det er mer enn som så. Digitalisering forandrer måten vi jobber på, og griper dypt inn i samfunnet og privatlivet. Det har forandrer mange bransjer, som for eksempel i bankene der mer og mer går automatisk (Flak, 2019).

Men dette betyr ikke at vi ikke trenger bankene, men det gir oss muligheten til å ikke måtte dra ned fysisk til bankene for å ordne på problemene man kan støte på. Mange mennesker liker å være sosiale, men med all denne digitaliseringen fører det til at mye av kommunikasjonen i dag skjer via en skjerm (Flak, 2019).

5.4.4 Dårlig service gir kundeflukt

I forskningsartikkelen “Dårlig service gir kundeflukt” viser data slik som kunder som opplever god service kan oppleve sin serviceleverandør så attraktiv at de ikke vil vurderer andre konkurrenter. Dette gjør at kunden får tilfredshet, rasjonelle og følelsesmessige bånd til banken en har valgt. Som kan føre til at de leter etter mindre bekreftelse på om de har valgt riktig bank enn de som opplever dårlig service. De som har opplevd dårlig service kan man bli mer ettertenksom med serviceleverandøren og som kan føre til at du velger å flykte når anledningen byr seg (Farbrot, 2019).

5.5 Datafunn av intervju

Som tidligere nevnt, intervjuet man 20 informanter i ulike generasjoner som Z, Y og X. I dette avsnittet ønsket gruppen å se om det var forskjell på svarene vi fikk gjennom intervjuene som ble utført. I Vedlegg 1- Intervjuguide henvises det til spørsmålene som ble stilt og i avsnittet vises det til data fra informantene.

5.5.1 Kundeforhold

De utvalgte informantene ble spurt om antall banker de var kunde i. Det viste en stor forskjell mellom de ulike generasjonene ved dette spørsmålet. Ved generasjon Z var de fleste kunder i flere banker, det samme gjaldt flere i milleniumsgenerasjonen. Årsaken til dette var at informantene ville utnytte de ulike tilbudene de forskjellige bankene tilbyr. Et eksempel kan være at noen banker har bedre lånerente for førstegangskjøpere av bolig. Informantene i generasjon X som var over 60 år, svarte at de holdt seg kun som kunde i en bank. De mente at de hadde mer kontroll ved å ha alt av personlig økonomi på en plass, og hadde en sterkere relasjon til banken enn mulig de to andre generasjonene har der de er kunde. Man fikk

inntrykk av at generasjon X ikke var særlig glad i endring, og at det følte tryggest å være kunde i en bank.

5.5.2 Bankfilialer

Gjennom intervjuene virket det som om flere ikke visste hva en bankfilial var, de i milleniumsgenerasjonen og generasjon Z måtte bli forklart hva det var. Som er en fysisk lokasjon for å utøve banktjenester. Det ble vist gjennom svarene fra generasjon Z og Y at informantene ikke brukte bankfilial og heller ikke kom til å benytte seg av denne tjenesten i fremtiden. Det ble sagt at de ønsket å ha muligheter til å kunne bruke dem for å ha den personlige ansikt-til-ansikt kontakten med en rådgiver. Flere informanter var bekymret for at bankfilialene skulle fjernes da den eldre generasjonen ikke har samme erfaring med den digitale verden. I den eldre generasjonen, X, svarte de fleste av informantene at de har brukt bankfilialer, og noen av dem brukte dem hyppig. De brukte bankfilialene til å ta ut kontanter, i tillegg til teknisk hjelp og spørsmål rundt ulike problemer.

5.5.3 Lån

Her undersøkte gruppen hva de ulike informantene ville gjort dersom de skulle tatt opp et lån. Dette spørsmålet ble stilt for å få oversikt over hvilke hjelpemidler de brukte utenom rådgivning i bank. Informantene i generasjon X gav uttrykk for at de synes det var tryggest å dra ned til banken der de kunne få råd og veiledning av en økonomirådgiver. Det kunne også gjøre det enklere å diskutere rentene og få en helhetlig oversikt over nedbetaling. Millennium Generasjonen og generasjon Z mente at de først hadde brukt internett til å undersøke om de var kredittverdige hos de ulike bankene ved et eventuelt billån. Når det gjaldt boliglån, ville de fleste benytte seg av rådgivning fra banken, generasjon Z nevnte også at de ville benyttet seg av råd fra eldre familiemedlem da de ofte har mer erfaring.

5.5.4 Kundebehandling

Kundebehandling viste gjentatte ganger å ha stor betydning for de fleste. Det var flere som nevnte at ansatte i bank hadde god tålmodighet når det gjelder avansert teknologi og uttrykk. Det at de ansatte brukte den tiden som måtte til for at kundene fikk hjelpen de ønsket, var hos

informantene enstemmig positivt for bedriften. Det var også endel som valgte å bruke kundebehandling gjennom nett, altså chatbot eller rådgivning via chat.

5.5.5 Hva forventer kunden

Generasjon X og Y svarte alle at de ville ha bankene som gav god service og var raske på tilbakemeldinger. Det var også viktig at banken var konkurransedyktig mot de andre bankene og at banken matchet eller gav bedre tilbud og lavere rente enn de andre bankene. I generasjon Z svarte de fleste at de ville ha gode tilbud, dyktige rådgivere med god tålmodighet til kundene sine.

5.5.6 Fysisk oppmøte

Som tidligere nevnt, var det generasjon X som benyttet seg mest av bankfilialer. Ut ifra intervjuene viste det seg at de over 60 år benyttet seg av familiemedlemmer dersom det skulle oppstå problemer før de valgte å gå fysisk ned til banken for å få bistand. Når det gjaldt millennium generasjonen og generasjon Z, viste det seg at det ble brukt internett som søkekilde ved enkle spørsmål. Ved mer omfattende problemstillinger, slik som søk av lån og signering av lån, valgte de fleste å dra ned for å få dette utført. Slik den ene informanten sa “det kan som oftest trikses litt mer med tanken på å ta opp lån, om du går ned til banken. Du får forklart situasjonen din, kundebehandler får et bilde av deg. Pluss kundebehandler kan gå i dybden på personlig økonomi”.

5.5.7 Endring

Informantene ble spurt om de hadde lagt merke til endringer i bankene i løpet av de siste årene. I generasjon X var de som hadde lagt merke til størst endring, der de påpekte digitaliseringen og mulighetene til å være selvstendige ved personlig økonomi. Det ble også nevnt av denne generasjonen at minibanker og bankfilialer ikke er like tilgjengelige som før, og det er blitt vanskeligere med drop in besøk i bankene.

Millenniumsgenerasjonen og Generasjon Z syntes bankene stadig utviklet seg med de digitale tjenestene. Det ble mer effektivt og mer tilrettelagt for å klare og finne informasjonen man leter etter og man fikk gjennomført oppgaven uten veiledning fra en kundebehandler.

5.5.8 Selvbetjening

De fleste av informantene svarte det samme her, de brukte tjenestene til betaling av regninger, overføring av penger, ha orden på forsikring, lån og sparing ergo ha orden på personlig økonomi. Noen informanter fra generasjon Z svarte også at de ofte brukte chatbot for hjelp, og om robotene ikke forsto dem, var det enkelt å komme i kontakt med en ansatt gjennom disse tjenestene.

5.5.9 Tillit til digitale tjenester

De ulike bankene informantene har vært kunde i, tilbyr ulike digitale tjenester som Vipps, overføring mellom ulike kontoer og regne kalkulator av lånemulighetene til den enkelte person. De fleste av informantene hadde tillit til disse tjenestene, men det var også noen som ikke benyttet seg av dem da de mente det er for komplisert. Dette gjaldt for det meste den eldste generasjonen. Fra de to andre generasjonene uttrykte de at det var en trygghet i å ha en totrinns-verifisering ved innlogging i nettbank, samt ha Face-ID eller fingeravtrykk-innlogging på Vipps. Dette var noe generasjon Z hadde hatt tilgang til fra de hadde muligheten til å styre sin egen økonomi, noe som kunne være årsaken til at de stolte på de digitale tjenestene.

5.5.10 Ressurskutt for å bli digitalisert

Informantene ble spurt om hva de mente om bankenes ressurs kutt (minskning av kundebehandlere, færre bankfilialer) mange banker har valgt å utføre, grunnet muligheten til å utføre flere digitale tjenester. De fleste informantene svarte at de likte å utføre sine egne banktransaksjoner via internett eller telefon. Endring og utvikling av teknologi er noe som stadig vil oppstå, men generasjon X hadde et håp om at ikke alle tjenestene i banken ble digitalisert. Årsaken til dette var at generasjon X følte seg tryggere når de snakket fysisk med et annet menneske som hadde kompetanse om personlig økonomi. De eldste informantene mente at samfunnet stadig ble kaldere jo mer man tok i bruk de digitale tjenestene.

Milleniumsgenerasjonen og Generasjon Z mente det ikke utgjorde forskjell dersom bankene valgte å bli mer digitaliserte. Ifølge dem førte det til effektivitet der bankene gav muligheten til å selv løse problemstillingen sin på hjemmesider eller ved hjelp av chatbot. De mente også at det burde være mulig å ha begge alternativene med hensyn til den eldre generasjonen, da de eldre kunne føle at endringene var krevende sammenlignet med de yngre som har vokst opp med stadig utviklende teknologi.

5.5.11 Digitalisering

Hensikten med spørsmål om hva informantene ville gjort om banken de var kunde i hadde blitt helt digital, var å se om de ville byttet til en annen bank eller blitt værende i den banken til tross for endringene. De eldste svarte at de ville byttet bank, fordi det kunne være utfordrende å måtte lære seg det nye systemet. De som var i midten av både generasjon X og milleniumsgenerasjonen, ville prøvd å følge den nye digitale verden og dermed ønsket de å bli værende i banken de allerede var kunde i. Dette var for å se om det kunne vært mer effektivt for dem som kunde, selv om det sies at de kunne følt på usikkerhet ved å ikke ha noe kunderådgiaver til stede for å få hjelp. Ved generasjon Z var det splittet om de ville ha byttet eller ikke. Noen ville ha byttet bank grunnet ønske om å kunne snakke med en rådgiver om nødvendig. Andre hadde forblitt kunde av den grunn at bankene som valgte digitaliseringen ville funnet nye og bedre løsninger, og gjort det så enkelt som mulig for at kunden skulle funnet frem til det de skulle lure på.

5.6 Oppsummering av sentrale funn

På grunn av intervjuene har vi funnet mange interessante funn fra de forskjellige informantene, og at det var en god ide å skille informantene i forskjellige generasjoner for disse funnene. Et av våre mest overraskende funn var at de yngre informantene, generasjon Z, var flere av dem kunde i mer enn en bank. Det var også noen fra millenniumsgenerasjonen som var kunde i flere banker, og grunnen til det er for å utnytte de beste tilbudene det er å få. Informantene fra generasjon X var de aller fleste kunder i en bank, og er fornøyde med det og var ikke interessert i å utforske noen andre banker.

Generasjon X nevner mange av informantene at de liker å utnytte muligheten til å kunne dra ned til bankene når de trenger hjelp med sin egen økonomi. De var også hyppig brukere av bankfilial, spesielt de over 60 år. Millenniumsgenerasjonen og generasjon Z svarte at de likte best å gjøre ting på egen hånd gjennom telefon eller internett, istedenfor å måtte gå ned til bankene. Et annet interessant funn hos disse informantene var at mange av dem ikke visste hva en bankfilial var. Men etter det ble forklart dem va det betydde, var svaret til de fleste at de hadde brukt det en gang men at de ikke så seg selv bruke dette i fremtiden.

Var det en ting alle informantene hadde til felles, så var det at god service i en bank var svært viktig for dem om de skulle være kunde der. Informantene er enstemmige om at bankene hadde god kundebehandling, ville de komme en lang vei med dem som kunde. Vi fant et interessant funn hos de yngste informantene i generasjon Z, mange fortalte at de ikke ofte var fysisk i bankene de var kunde i men at de ofte bruker chatbot. Der kan man få kontakt med ansatte som jobber banken, der man også kan merke godt om de er behjelpelige gjennom disse digitale tjenestene. Informantene som er i generasjon X og Y mente at om bankene skulle klare å beholde dem som kunde, måtte de ha gode renter, god service og være konkurransedyktige med de beste tilbudene til sine kunder. Informantene fra generasjon Z svarte at de ville ha gode tilbud, og at de var svært opptatt av å få god rådgivning og at de ansatte var tålmodige med dem.

Da vi spurte informantene om de hadde lagt merke til noe endring i løpet av de siste årene, og om de hadde lagt merke til noe av kuttene mange banker har gjort disse årene. Informantene fra generasjon X hadde noen interessante historier å komme med, noen fortalte at de hadde merket at det nå er mindre minibanker enn før. Andre fortalte også at det var mye lettere med drop in besøk hos bankene, og at i dag er det mer vanskeligere om man vil ha et møte med dem.

De aller fleste av informantene svarte jo ikke overraskende om de nye digitale tjenestene som har erstattet mye av de menneskelige ressursene i bankene. Men at disse kostnadskuttene bankene har gjort ikke har skadet dem på noen måte som kunde. De aller fleste liker å gjøre ting selv, og de yngste informantene i generasjon Z fortalte at de er vant med disse

endringene og at det er enkelt for dem å tilpasse seg dem. Mange av informantene håper også på flere digitale endringer som vil gjøre mange ting mer effektivt.

De mest interessante funnene var det informantene hadde å si om de digitale tjenestene. Alle som brukte de digitale tjenestene bankene tilbyr i dag, svarte at de stoler full og helt på disse tjenestene. Teknologien har kommet for å bli, å bankene blir mer og mer digitale i dag. Informantene i generasjon X ville de eldste (60+) bytte bank om deres bank ville gått for å bli helt digitale. De yngste i generasjon X og de i generasjon Y svarte at de ville fortsatt vært kunde i bankene og prøvd ut en helt digital bank. Informantene i generasjon Z svarte halvparten at de ville blitt i banken, og halvparten at de ville byttet bank.

5.7 Drøfting

I denne delen ønsket man å presentere empiriske resultat fra intervjuene og de utvalgte forskningsartiklene. De ble sammenlignet i ulike grupperinger som kommunikasjon, kundebehandling, endring og digitale tjenester, da disse temaene var de mest relevante for oppgaven.

5.7.1 Kommunikasjon

Man fant en betydelig forskjell mellom de yngre generasjonene og den eldre generasjonen. De yngste var mer komfortable med å være kunde i flere banker og ville utnytte de beste tilbudene på markedet i forhold til de eldre. Det så ut til at generasjon X følte at de hadde mer kontroll om de hadde alt på en plass. En studie i Hong Kong viste at flere bedrifter er kunde i flere enn bare en bank, de mente det var for risikabelt å bare ha en banktjeneste (Huttunen & Schedvins, 2018, s. 8).

Kvaliteten på disse tjenestene var forskjellige i de ulike bankene, en bank kunne for eksempel ha en bedre internettjeneste, men forsto ikke markedet så godt som de andre bankene. Mange av de eldre informantene brukte disse såkalte bankfilialer, mens de yngre mente at dette ikke var noe de benyttet seg av eller ville få bruk for i fremtiden. De påpekte at det var en trygghet å tenke på at bankfilialene var tilgjengelige.

Bankene som har bankfilialer spredt utover deler av landet, kan se ut til ifølge undersøkelsen å ha de mest lojale kundene og disse kundene er mer motvillige til å bytte bank. Forholdet mellom bank og kunde kan bli sterkere når de har muligheten til å kunne fysisk møtes og at det vil følge en mer personlig respons (Huttunen og Schedvins, 2018).

DnB la ned alle sine bankfilialer når de så at kundene deres ikke brukte dem slik som før. Ifølge Norsk Kundebarometers måling i 2015, skåret DnB dårligst med tilfredshetscore da kundene ønsket personlig service selv om de ikke alltid brukte dem (Farbrot, 2016). Å ha bankfilialer ser ut til per dags dato å være nyttig for bankene å ha. Den eldre generasjonen brukte dem og det så ut til at flere yngre likte å ha dem tilgjengelige for å kunne ha mulighet til å kommunisere med banken.

Ifølge Jacobsen og Thorsvik kunne kommunikasjonskanaler gjennom elektronikk gi et rom for følelsesladet innhold, forskning har vist at å formidle følelser gjennom elektronikk er begrenset. Gjennom sosiale samhandlinger var det mer effektive å kunne formidle følelser. (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s.275).

5.7.2 Kundebehandling

Kundebehandling viste seg i alle bransjer og være kilden til en lønnsom bedrift, det var også viktig for bankene. Ifølge Saren og Tzokas er det mer lønnsomt å beholde eksisterende kunder enn å tiltrekke seg nye kunder (Saren & Tzokas,1998)(Huttunen & Schedvins, 2018, s. 8). Ifølge informantene var kundebehandling svært viktig for dem, den eldre generasjonen X var opptatt av de ansatte var tålmodige og hjelpsomme for å kunne beholde dem som kunder. Generasjon Y og generasjon Z var opptatt av at bankene hadde de beste tilbudene til dem og at selv om informantene brukte mer nettbaserte banktjenester, kunne bankene fortsatt være til stede gjennom internett, chatbot eller rådgivning via chat.

Bankene som har gått over til digitalisering, må fortsatt ha fokus på kundebehandling gjennom disse digitale tjenestene. Ifølge forskningsartikkelen “Dårlig service gir kundeflukt”, sies det at når kunder opplever god service, fører dette til at de opplever sin serviceleverandør som mer attraktiv enn konkurrentene. Dette er noe som alltid vil påvirke kundens tilfredshet

og ikke minst i hvilken grad de utvikler relasjonelle og følelsesmessige bånd til serviceleverandøren (Farbrot, 2019).

For få en god og rask kommunikasjonsmulighet, trenger man ifølge Jacobsen og Thorsvik at informasjonen som blir gitt kan utvikle seg. Årsaken til dette er at de digitale tjenestene man har i dag, gjør at man samarbeider og kommuniserer bedre også uavhengig av hvor man befinner seg (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s.273).

Høyselektor Pål Silseth ved Handelshøyskolen BI fremsier at de fleste i undersøkelsen deres ønsker rådgivning eller mulighet til å kunne oppsøke et bankkontor når det kommer til viktigere ting som forsikring, fondsprodukter eller å skaffe seg et kredittkort. Også når de vil melde av problemer med saker som er under behandling og rådgivning til økonomi (Farbrot, 2016).

Hos informantene var det en enstemmig på at de brukte å besøke banken fysisk når det kom til oppfattende problemstillinger som søk av lån, signering av dokumenter og råd om personlig økonomi. Det å ta opp et større lån var alle informantene enige om at var enklere ved å kontakte banken. Det gav også fordeler når det kom til å kunne forhandle seg til lavere renter. Ifølge Huttunen og Schedvins (2018, s. 8) har de undersøkt og funnet ut at de fleste kundene likte best å håndtere banksaker digitalt, men at kundenes lojalitet kom av hovedsakelig fra deres atferd, og de aller fleste så ut til å knytte sterkere bånd til de som var lett tilgjengelige.

5.7.3 Endring

Forskere mener at digitalisering vil fortsette å endre livene på mange forskjellige måter, digitalisering vil forandre måten vi jobber og griper dypere inn i samfunnet og privatlivet enn mange tror (Flak, 2019). Med ny digitalisering vil det komme mange endringer i bransjer, et godt eksempel er jo hvordan banker har erstattet mye menneskelige ressurser med digitale tjenester for å hjelpe å guide kundene sine. Ifølge Jacobsen i kundenes perspektiv kan det for mange være frustrerende med endring da man er vandt med et system og når det endrer seg må man lære de nye systemene. For mange kan det være vanskelig å måtte tilpasse seg disse endringene til fremtiden (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s. 377).

Generasjon X var helt klart de som hadde lagt størst merke til endringer, de påpekte at de hadde lagt merke til et mer selvstyrt system ved personlig økonomi. Informantene her mente også at samfunnet var på vei til å bli et kaldere samfunn grunnet alle de digitale endringene. Millenniumsgenerasjonen og generasjon Z mente at de digitale tjenestene som har oppstått, førte til et mer effektivt og tilrettelagt system for å hente informasjon og gav god oversikt på den personlige økonomien. Ifølge Jacobsen er det å være en ‘‘first mover advantage’’ lønnsomt for en organisasjon. Dette gir kundene som tilpasser seg det nyeste på markedet, lite konkurranse i bransjen. Man velger gjerne organisasjoner som er raskest ut med slike tjenester (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s. 377).

7.5.4 Digitale tjenester

De nye digitale tjenestene bankene har gitt oss i dag er enkle og praktiske selvbetjeningsløsninger. De aller fleste av informantene som brukte de digitale banktjenestene, forklarte at de brukte dem til å ha orden på sin egen personlige økonomi. Ifølge ‘‘Bankkundene vil fortsatt ha personlig service’’ vises det at kundene foretrekker selvbetjeningsløsninger på nett og mobil når de skal sjekke enkelte ting som saldo og bevegelser på kontoene, samt å betale regninger og utføre transaksjoner av penger digitalt (Farbrot, 2016). Alle informantene som brukte disse tjenestene svarte at de stolte fullt og helt på disse digitale tjenestene, og at de var trygge på at personopplysninger var beskyttet i disse selvbetjenings løsningene.

Ifølge ‘‘Banken och kundarne’’ viste det å fortsette med fysisk kontakt med kunder i fremtiden å være en god fordel. Det viste seg at dersom kundene kunne møtes fysisk på et kontor, bygde det en god tillit for kundene. Men fortsatt ser det ut til at bankene reduserer de menneskelige ressursene da kunder ofte bruker de digitale tjenestene.

Man har et sterkt behov for spesialisthjelp også i fremtiden og etterspørselen for å kunne henvise seg til bank er det fortsatt (Huttunen & Schedvins, 2018 s. 25). Informantene svarte at de selv ikke hadde lidd av ressurs kutt, noe de fleste bankene har gjort de siste årene. Generasjon Z og Y mente at det var positivt med endring og at det kunne være lettere for dem å tilpasse seg de digitale endringene.

Noen banker er i dag helt nettbasert og det er flere banker som tenker å gå samme vei som dem. Ifølge forskningsartikkel “Vi må snakke mer om digitalisering”, trenger man fortsatt bankkontoen, men trenger ikke alltid å måtte gå ned til bankene for å ordne ting. Mennesker liker å være sosiale, men vår hverdag i dag er i stor andel av vår kommunikasjon, gjennom en skjerm (Flak, 2019). Hos informantene fra generasjon X, ville de aller eldste byttet bank om banken de var kunde i hadde gått over til å bli fullstendig digitale. De mente at det ville blitt for vanskelig for dem å måtte lære seg alt det nye av de teknologiske tjenestene.

Generasjon Y og Z var mer åpne for at bankene deres hadde blitt helt digitale. De mente at de kunne se at dette var en effektiv løsning for mange banker og de digitale tjenestene som var i dag ville bli enda bedre i løpet av de neste årene. Noen var også usikre på om de ville klart å være kunde for dem i over lenger tid, da det definitivt var en trygghet å kunne kontakte ansatte i banken til forskjellige problemer uten å bli henvist til deres nettside. Den yngste generasjonen, Z, mente også at for dem ville det å følge den digitale revolusjonen være aktuelt, da den yngste generasjonen var oppvokst med hyppig hastighet på utvikling av teknologi. Ifølge Jacobse og Thorsvik, har IKT og digitalisering gitt organisasjoner mulighet til å ha en stadig økende grad å automatisere oppgaver. Et eksempel er bankene som i stor grad har overtatt oppgaver som tidligere var utført av ansatte, nå har maskiner tatt over slik som innskuddsautomater, nettbank og minibanker. (Jacobsen & Thorsvik, 2019, s. 111).

Forskningsartikkel “Bankkundene vil fortsatt ha personlig service” viste at teknologi ville være en stor del av alles hverdag, men kundene ville alltid ha muligheten mellom flere banker og de ville velge de bankene med de beste digitale tjenestene på markedet.

6 Konklusjon og veien videre

6.1 Konklusjon

I denne oppgaven har vi satt oss inn i hvilken effekt den teknologiske utviklingen hadde hatt på bankene og undersøkte om det var mer effektivt og lønnsomt for bankene å ha den nye teknologien. Dette var en sentral studie for banker, men også for hele samfunnet som er med på den digitale revolusjonen. Mange banker har også digitalisert systemene sine for å nå ut til kundene sine, noe som har ført til redusert bruk av mennesker som ressurs, men effektivisert virksomheten.

Som nevnt tidligere, er det vanskelig å fastslå nøyaktig årsakene til bankens årsresultat og likviditet. Utviklingen av ny teknologi og digitalisering av systemer har kostet bankene på kortsikt. Den trolige årsaken til de økte kostnadene vil være lønnskostnader grunnet utvidet åpningstider og opplæring i de nye digitale systemene. Samtidig vil dette spare virksomheten langsiktig hvor oppgavene blir mer automatisert og effektiviserer bedriften.

Videre ønsket vi å se nærmere på kundens oppfatning og syn på kommunikasjon med bankene og eventuelle endringer i denne kontakten ved bankens endringer og økt digitalisering. Informantene synes det var viktig å ha kontakt med de bankene de var kunde i og de var opptatt av å kunne ha en dialog med banken om det oppsto problemer. Vi oppdaget også at flere av de yngste informantene var kunde i flere banker. Som tidligere nevnt, kommer det stadig nye kommunikasjonsveier gjennom nettbaserte digitale medier. I stedet for å måtte møtes fysisk for å drøfte oppgaver, har man hatt mulighet til et elektronisk møte som sparte både tid og penger. I dag kommuniserer bankene med kundene sine gjennom både verbal og ikke-verbale (Jacobsen og Thorsvik, 2019, s.270 - 271).

Vi undersøkte videre informantenes perspektiv på kundebehandling i bankene og informantene var enstemmige på at god service fra banken var svært viktig. For generasjon X var det viktig å bli hørt og at de var tålmodige med dem. De to andre generasjonene mente at selv om de brukte de nettbaserte digitale tjeneste mesteparten av tiden ville de fortsatt legge merke til god service gjennom disse tjenestene. Fra forskningsartikkelen, "bankkundene vil

fortsatt ha personlig service”, kom det fram i deres forskning at 8 av 10 kunder fortsatt ønsket personlig service der de var kunde (Farbrot, 2016)

I dagens verden som stadig er i endring og bevegelse er det viktig for virksomheter å hele tiden tenke nytt og henge med i de forandringene som skjer. Endring vil også være en stor del av bankens hverdag og spesielt ønske om digitalisering for effektivisering er i stort fokus. Men det viser seg at om bankene ønsker å beholde de fleste av sine trofaste kunder så må de følge nøye med på hvilke reaksjoner og mønstre som danner seg innenfor deres kundegrupper som følge av endring. En økt digitalisering vil ofte ha delte meninger både positive og negative grunnet de ulike synspunktene fra de ulike generasjonene. Som vi har lest i artikkelen «Har fremtidens bank noen fremtid?», hadde Haraldsen en påstand om at ingen bank som bare var på nett, ville klare seg (Haraldsen, 2019). Dette er noe vi ikke kunne fastslå ut fra intervjuet med informantene, generasjon X, Y og Z, da informantene hadde splittede meninger om ren digital bank.

De digitale tjenestene var noe av det vi hadde størst fokus på i oppgaven. Det ville være svært interessant å prøve å spå hvilken vei utviklingen av teknologi tar og ifølge forskningsartiklene og informantene som ble intervjuet, gir de digitale tjenestene både praktiske løsninger og lettere tilgang til informasjon på deres problemer.

Ifølge forskningen til “vi må snakke mer om digitalisering”, ville digitalisering forandrer måten vi jobber på og griper dypt inn i samfunnet og privatlivet. Det har endret mange bransjer, som for eksempel bankene, der mer og mer går automatisk (Flak, 2019).

Alle informantene som brukte de digitale banktjenestene, fortalte at de stolte fullt og helt på at deres personlige opplysninger og var helt sikre i disse tjenestene. Som tidligere nevnt, er PSD2 en betalingstjeneste der bankene har en betalingstjeneste som utelukker transaksjoner via banken. Den har det nye regelverket og er med å beskytte forbrukerne ved å gjøre betalingen tryggere, samt sikre bankene mot digitale ran.

6.2 Kritikk

I etterkant av studiet ser vi at det er noen ting vi kunne gjort annerledes. Vi kunne mulig ha intervjuet de ansatte i bankene, hadde vi kontaktet bankene tidligere i prosessen. Da vi kontaktet bankene støtte vi på hindringer da viruset COVID-19 oppstod og FHI frarådet sosiale sammenhenger for forebygging av smitte. I intervjuguiden kunne vi unnlatt spørsmål om hva informantene ville gjort om de skulle starte et lån, da dette spørsmålet og spørsmål om hva dem trengte hjelp til om de valgte å fysisk gå ned til banken, overlappet hverandre.

Når vi hadde samlet datafunn fra intervjuene, måtte vi tilbake for å finne ny teori som hjelpemiddel for å kunne analysere svarene våre. Dette kunne blitt unngått om vi hadde satt mer fokus på problemstilling fra starten av studiet, samt innholdsliste for å få oversikt.

Å jobbe sammen tre stykker førte til utfordringer, da det ble endel arbeid ved å samskrive oppgaven vår og vi hadde ulik skrivemåte. Det var problematisk å få en rød tråd i oppgaven vår, da vi skrev om to forskjellige studier, som var finans og ledelse.

6.3 Forslag til videre forskning

Vi fant mange interessante funn gjennom arbeidet med forskningsprosessen og vi kom frem til flere forslag her.

En av dem var å se videre på et større spekter med mennesker, for å se hvor mange som faktisk stoler på de digitale banktjenestene, om det var noen som var skeptiske til tjenestene og vi ville sett nærmere på om noen var mer kritiske i de forskjellige generasjonene.

Et annet forslag var å gjennomføre et studie der man så på forskjellen på menn og kvinner og se om de ulike kjønnene hadde ulike synspunkt på kundebehandling i bankene. Det hadde vært et interessant tema, det å finne ut om de hadde hatt forskjellig meninger og hvem som hadde hatt sterkest tillit til banken.

Det siste interessante forslaget fikk vi fra en av de eldre informantene vi intervjuet. Det var å se nærmere på om samfunnet ble kaldere og for nøytralt med de digitale tjenestene.

Informantene mente her at dersom alle banktjenestene ble digitale ville det personlige kundeforholdet gått tapt. Dette er noe vi kan si oss nokså enige i.

7 Litteratur liste

Andersen, G. (2019, 31.01). Valg av forskningsmetode. Hentet 01.04.2020 fra

<https://ndla.no/nb/subjects/subject:19/topic:1:195989/topic:1:195829/resource:1:56937>

Bank og finans (2016, 27.05). Fra finansilsynet. Hentet 14.04.2020 fra

<https://www.finanstilsynet.no/forbrukerinformasjon/bank-og-finans/>

Bartnes, M. (2017, 09.02). BankID. Hentet 10.04.2020 fra <https://snl.no/BankID>

Bedriftsrådgiver (2014, 08.05). Fra studenttorget. Hentet 01.05.2020 fra

<https://studenttorget.no/index.php?show=5192&expand=4631,5192&yrokesid=560>

Bredesen I. (2015). Investering og finansiering (6. utg.). Oslo: Gyldendal Akademisk

Bryhn, R. & Ulseth, T. (2019, 30.04). Telenor. Hentet 03.05.2020 fra <https://snl.no/Telenor>

Burton, S. & Lam, R. (2006). SME banking loyalty (and disloyalty): a qualitative study in
Honkong

Farbrot, A. (2016, 09.03). Bankkundene vil fortsatt ha personlig service. Hentet 25.02.2020

fra <https://forskning.no/handelshoyskolen-bi-markedsforing-partner/bankkundene-vil-fortsatt-ha-personlig-service/433765>

Farbrot, A. (2009, 12.03). Dårlig service gir kundeflukt. Hentet 25.02.2020 fra

https://forskning.no/markedsforing-abc-i-naeringsliv-forbruk/darlig-service-gir-kundeflukt/933050?fbclid=IwAR0c_a0aOGCde0mV26kU7kXQOjWqiQ037h9FNPdTkfYGGZcMue7I8CsmJfdU

Flak, L. S. (2019, 23.02). Vi må snakke mer om digitalisering. Hentet 25.02.2020 fra

https://forskning.no/data-forskeren-forteller-politikk/vi-ma-snakke-mer-om-digitalisering/1297453?fbclid=IwAR3tVL337I7Bsqoptb5W9CVsiEX2DT_zLE5ODDUZ_xJQV_X2G3W40va-_0

Finansbransjen- aktiviteter og risikoer (u.å). Fra PwC Norge. Hentet 14.04.2020 fra

<https://www.pwc.no/no/bransjer/bank-og-finans/finreg-skolen/grunnleggende-om-finreg/finansbransjen-aktiviteter-og-risikoer.html>

Finansrådgiver/Økonomisk rådgiver. (2016,14.08). Fra studenttorget. Hentet 01.05.2020 fra

<https://studenttorget.no/index.php?show=5192&expand=4631,5192&yrkesid=282>

Firmand-Anda, S. (2017, 07.09). 100 bankfilialer kuttet siste året. Hentet 28.04.2020 fra

<https://www.finansforbundet.no/finansfokus/2017/09/07/100-bankfilialer-kuttet-siste-aret/>

Folkehelseinstituttet (2020. 03.04). Avstand, karantene og isolering. Hentet 14.04.2020 fra

<https://www.fhi.no/nettpub/coronavirus/fakta/avstand-karantene-og-isolering/?term=&h=1>

Forskjellen mellom kvantitative og kvalitative undersøkelser (u.å). Hentet 01.04.2020 fra

<https://no.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/>

Gram, T. (2020, 03.03). Vipps. Hentet 10.04.2020 fra <https://snl.no/Vipps>

Haraldsen, A. (2019, 18.02). Har fremtidens bank noen fremtid? Hentet 25.02.2020 fra

<https://www.digi.no/artikler/kommentar-har-fremtidens-bank-noen-fremtid/458273?fbclid=IwAR2pE5GY9hoyG4oB4oLPjUgJ514e29JdW7Yyu7ecmWKHQa68t-bq3MbY13Y>

Hoff, K.G., Helbæk M. & Bjørnenak T. (2015). Økonomistyring 2 (6. utg.). Oslo:

Universitetsforlaget

Huttunen, K. & Schedvins, J.(2018, u). Banken och kunderna. Hentet 25.02.2020 fra

http://kth.diva-portal.org/smash/get/diva2:1230494/FULLTEXT01.pdf?fbclid=IwAR0AHOpioZGNrPq2cRMM2JavDOArbvNE8TfuUd0Bw17EX9-wAKnF_oUxz3Q

Jacobsen, D. I. & Thorsvik, I. (2019). Hvordan organisasjoner fungerer (5. utg.). Bergen:

Fagbokforlaget.

Johannessen A., Christoffersen L., Tufte P.A, (2011). Forskningsmetode for

økonomiskadministrative fag (3. utg). Oslo: Laboremus.

Kundebehandlere (Banktjenester). (u.å.). Fra Vilbli. Hentet 01.05.2020 fra

<https://www.vilbli.no/nb/nb/no/kundebehandlere-banktjenester/y/kategori/3418>

Kvalitativ metode (u.å.). I Wikipedia. Hentet 01.04.2020 fra

https://no.wikipedia.org/wiki/Kvalitativ_metode

Ledig stilling (u.å) Fra karrierestart. Hentet 01.05.2020 fra

<https://karrierestart.no/ledig-stilling/263690>

Lund, A. J. & Walle, M. A. (2019, 14.01). Hvor stor er norske banksektor? En nasjonal sammenligning. Hentet 14.04.2020 fra

<https://bankplassen.norges-bank.no/2019/01/14/hvor-stor-er-norsk-banksektor-en-internasjonalt-sammenligning/>

Meinich, P. (2014, 21.07). Likviditet. Hentet 04.05.2020 fra <https://snl.no/likviditet>

Meinich, P. & Munthe, P. (2018, 13.12). Bank. Hentet 14.04.2020 fra

<https://snl.no/bank>

Nettbank (2015, 10.08). I Store norske leksikon. Hentet 10.04.2020 fra <https://snl.no/nettbank>

Nordbø B. (2019, 26.02). Konsolidere. Hentet 14.04.2020 fra

<https://snl.no/konsolidere>

Proff- The Business Finder (u.å). Fra Proff. Hentet 28.04.2020 fra

<http://innsikt.proff.no/om-proff/>

PSD2: Bankene må unngå digitale bankran (2019, 19.09). Fra PwC Norge. Hentet 14.04.2020

fra <https://www.pwc.no/no/pwc-aktuelt/psd2-blir-utsatt-bankene-vil-unnga-digitale-bankran.html>

Sander K. (2019, 01.10). Generasjoner. Hentet 27.04.2020 fra

<https://estudie.no/generasjoner/>

SpareBank1 (u, å). Om SpareBank1-alliansen. Hentet 10.04.2020 fra

<https://www.sparebank1.no/nb/sr-bank/om-oss/om-banken/om-sparebank-1-alliansen.html>

Saren, M.J & Tzokas N.X. (1998). Some dangerous axioms of relationship marketing Hentet fra <https://doi.org/10.1080/096525498346612>

Stoltz Gerhard (2017, 10 11). Siviløkonom. Hentet 01.05.2020 fra <https://snl.no/sivil%C3%B8konom>

Stoltz, G. (2014, 30.05). Sparing. Hentet 14.04.2020 fra <https://snl.no/sparing>

Stene, C.F. (2018, 12.10). Hva er en chatbot. Hentet 28.04.2020 fra <https://www.techweb.no/blogg/hva-er-en-chatbot>

SpareBank 1 SR-Bank (u.å.). I Wikipedia. Hentet 10.04.2020 fra https://no.wikipedia.org/wiki/SpareBank_1_SR-Bank

Sparebank 1 SR-Bank ASA. (u.å). Fra Utdanning. Hentet 10.04.2020 fra <https://utdanning.no/arbeidsliv/973154958>

Sparebank 1 SR-Bank, Haugesund (u.å). Fra Proff. Hentet 28.04.2020 fra <https://www.proff.no/regnskap/sparebank-1-sr-bank-haugesund/haugesund/banker/IG3E36607Z>

Tollaksen, T.G. & Ryggvik H. (2020, 03.05). Equinor. Hentet 03.05.2020 fra <https://snl.no/Equinor>

Økonomi (2017, 31.10) I Store norske leksikon. Hentet 14.04.2020 fra <https://snl.no/%C3%B8konomi>

Økonomisk ordliste (2008 03.03). I Oekonomi. Hentet 10.04.2020 fra <http://oekonomi.no/ordliste/category/æøå>

8 Vedlegg

Vedlegg 1- Intervjuguide

Innledning

1. Er du kunde i flere banker? Hvis ja/nei, hvorfor?
2. Bruker du bankfilialer? Hvis ja/nei, hvorfor og hva bruker du dem til?
3. Om du vil starte opp et lån, hvordan ville du håndtert det per dags dato?

Kundebehandling

4. Har kundebehandling mye å si for deg der du er kunde i en bank? Hvis ja/nei, hva legger du vekt på er god kundebehandling?
5. Hva bør banken ha for å kunne beholde deg som en lojal kunde?
6. Hva trenger du hjelp til om du må fysisk gå ned til banken for hjelp?

Digitale tjenester og fremtiden

7. Har du merket noen spesielle endringer hos bankene de siste årene? Hvis ja/nei, hvilken endring?
8. Bruker du mye selvbetjening gjennom disse digitale tjenestene banken tilbyr? Hvis ja/nei, hvilket tjenester?
9. Hvor mye stoler du på disse digitale banktjenestene som de har i dag?
10. Hva tenker du om ressurskutt mange banker har gjort i dag, der de tar vekk fysisk menneskelig kontakt og satser mer på de digitale tjenestene?
11. Om banken din hadde bestemt seg for å gå over til å bli en hel digital bank, hadde du fortsatt vært kunde? Hvis ja/nei, hvorfor?

Vedlegg 2- Taushetserklæring

All informasjon vi har fått av informantene i forbindelse med bacheloroppgaven, vil behandles konfidensielt og slettes etter ferdigstilt oppgave.

Dato 8. mai 2020