



Universitetet  
i Stavanger

HANDELSHØGSKOLEN VED UIS

# BACHELOROPPGAVE

STUDIUM:

Økonomi og Administrasjon

OPPGAVEN ER SKREVET INNEN

FØLGENDE TEMATISKE RETNING:

Samfunnsøkonomi

TITTEL:

Hvilke fordeler og ulemper fører økt fokus på digitalisering av finansinstitusjoner til?

ENGELSK TITTEL:

Which advantages and disadvantages does an increased focus on digitization of financial institutions lead to?

FORFATTERE (**NB!** maks tre studenter pr oppgave):

VEILEDER: Dengjun Zhang

Kandidatnr:

Navn:

1542

Jørgen Løvli

1560

Magnus Nedrebø

1623

Sigbjørn Oliver Halvorsen Mikkelsen

## Forord

Denne bacheloroppgaven representerer den avsluttende delen av bachelorstudiet i økonomi og administrasjon på Handelshøgskolen ved Universitetet i Stavanger. Denne oppgaven har som problemstilling å se på ringvirkningene som oppstår ved digitalisering av finansinstitusjoner. For å kunne løse denne oppgaven har vi tatt i bruk kunnskapen vi har opparbeidet oss gjennom disse tre årene vi har hatt ved Handelshøgskolen ved Universitetet i Stavanger. Å skrive denne oppgaven har vært en lærerik opplevelse som har bidratt til å styrke vår kunnskapsbase.

Først og fremst ønsker vi å takke veileder for den gode veiledningen han har kommet med. Det var vært til stor hjelp å ha så mye kunnskap tilgjengelig så ofte som han har vært. Tusen takk for all den gode hjelpen og veiledningen som har blitt gitt gjennom denne prosessen.

Tusen takk til intervjuobjektene som satt av tid til å dele den uvurderlige kompetansen dere hadde å gi. Den innsikten som ble gitt under disse intervjuene var en viktig brikke for å kunne se og forstå helhetsbildet. I tillegg ønsker vi å takke alle som var villige til å sette av tid til å svare på spørreundersøkelsen, det var uvurderlige kvantitative data.

## Sammendrag

Studien fokuserer på samfunnsøkonomisk forskning, med det formål å undersøke hvordan digital transformasjon av finansinstitusjoner påvirker samfunnet, med SR-Bank som case-studie.

### Oppgavens problemstilling

*“Hvilke fordeler og ulemper fører økt fokus på digitalisering av finansinstitusjoner til?”*

Studien leder gjennom en analyse av fordeler og ulemper ved digitalisering, samt konsekvensene dette har for samfunnet som helhet. Vi har benyttet tre metoder for å innhente data. Metodene som ble brukt var kvantitativ data gjennom spørreundersøkelse og kvalitativ data i form av intervjuer. Det ble også tatt i bruk en kostnytte analyse for å fremlegge kostnader knyttet til digitalisering i SR-Bank.

Analysen av SR-Banks digitale tjenester viser sterke fordeler, inkludert effektivisering og kostnadsminimering for banken, samt økt tilgjengelighet og brukervennlighet for kundene. I tillegg til å identifisere positive funn, belyser studien også ulemper ved digitalisering, spesielt knyttet til nedleggelse av lokale filialer. Til tross for dette viser majoriteten av kundene seg tilfredse med bankens digitale tilbud. Intervjuobjektene uttrykker også positivitet overfor endringer, og fremhever kunstig intelligens og chatbots som viktige elementer for fremtidig digitalisering.

Et interessant funn er at Sparebank 1 ikke nødvendigvis følger bransjenormen om å ivareta ikke-digitale kunder, og det kan se ut til at fokuset på kostnadsminimering har hovedprioritet. Dette funnet kan indikere en prioritering av effektivitet og lønnsomhet over opprettholdelse av tradisjonelle fysiske banktjenester og kundeinteraksjon. Dette aspektet av funnene peker på viktigheten av å balansere økonomiske hensyn med hensynet til kundetilfredshet og samfunnsmessige behov når man gjennomfører digital transformasjon i finanssektoren. Samlet sett konkluderer studien med at digitalisering er svært attraktivt for bankene, med mange fordeler og positive ringvirkninger.

## Abstract

The study focuses on socio-economic research, aiming to examine how the digital transformation of financial institutions affects society, using SR-Bank as a case study.

### Research Question

**"What are the advantages and disadvantages of increasing focus on the digitalization of financial institutions?"**

The study conducts an analysis of the advantages and disadvantages of digitalization, as well as its consequences for society as a whole. We utilized three methods to collect data. The methods included quantitative data through a survey and qualitative data through interviews. A cost-benefit analysis was also employed to present the costs associated with digitalization in SR-Bank.

The analysis of SR-Bank's digital services reveals strong advantages, including efficiency and cost minimization for the bank, as well as increased accessibility and user-friendliness for customers. In addition to identifying positive findings, the study also highlights disadvantages of digitalization, particularly related to the closure of local branches. Despite this, the majority of customers are satisfied with the bank's digital offerings. Interviewees also express positivity towards the changes and highlight artificial intelligence and chatbots as important elements for future digitalization.

An interesting finding is that Sparebank 1 does not necessarily follow the industry norm of catering to non-digital customers, and it appears that the focus on cost minimization is a priority. This finding may indicate a prioritization of efficiency and profitability over the maintenance of traditional physical banking services and customer interaction. This aspect of the findings view the importance of balancing economic considerations with customer satisfaction and social needs when implementing digital transformation in the financial sector.

Overall, the study concludes that digitalization is highly attractive for banks, with many benefits and positive ripple effects.

## Figurliste

Figur 1: Oversikt over Sparebank 1.....	14
Figur 2: Oversikt over Sparebank 1 Utvikling.....	15
Figur 3:En oversikt over fundament og strategi til SR-Bank (Sparebank 1 SR-Bank, 2024).....	17
Figur 4: En oversikt over organiseringen til SR-Bank (Sparebank 1 SR-Bank, 2024).....	18
Figur 5: En oversikt over Finanskonsernet SR-Bank (Sparebank 1 SR-Bank, 2024).....	19
Figur 6: Viser SWOT modellen.....	30
Figur 7 & 8 som viser aldersgruppe.....	44
Figur 9 & 10 som viser fordel eller ulempe digitalisering av banktjenester.....	44
Figur 11: Viser hvilke tjenester som respondentene bruker primært.....	44
Figur 12: Viser mer/mindre stress knyttet til digitalisering.....	45
Figur 13 & 14 som viser alder på dem som sliter med digitalisering.....	46
Figur 15 & 16 som viser erfaringer med banktjeneste.....	47
Figur 17 & 18 som viser hvem som sliter med digitale tjenester generelt. ....	47
Figur 19 & 20 som viser hvor ofte respondenten tar kontakt med banken.....	48
Figur 21 & 22 : Viser hvilke av respondenten som har vanskeligheter for å ta kontakt med banken.....	49
Figur 23: Viser hvor tilfreds respondentene er med bankens digitale tjenester.....	49

## Innholdsfortegnelse

<b>FORORD</b> .....	<b>1</b>
<b>SAMMENDRAG</b> .....	<b>2</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>3</b>
<b>INNHALDSFORTEGNELSE</b> .....	<b>5</b>
<b>1. INNLEDNING</b> .....	<b>7</b>
1.1 AVGRENSNING.....	8
<b>2. BAKGRUNN</b> .....	<b>8</b>
2.1 BAKGRUNN FOR VALG AV TEMA.....	9
2.2 DIGITALISERING AV BANKER.....	10
2.3 BANKKUNDER I NORGE .....	11
2.4 GENERASJONER OG DIGITALISERING .....	11
2.5 FINANSBRANSJEN I SAMFUNNET .....	12
2.6 SPAREBANK 1 .....	13
2.6.1 Sparebank 1 Utvikling.....	14
2.7 HISTORIEN TIL SR-BANK .....	16
2.8 FORRETNINGSOMRÅDENE TIL SR-BANK .....	18
2.8.1 Personmarked .....	18
2.8.2 Bedriftsmarkedet .....	19
2.8.3 Kapitalmarkedet.....	19
<b>3. TEORIKAPITTEL</b> .....	<b>20</b>
3.1 DEFINERE DIGITALISERING .....	20
3.2 HVORDAN SKJER DIGITALISERING? .....	20
3.3 TEKNOLOGI .....	23
3.3.1 Chatbots .....	24
3.3.2 Regelbaserte chatbots .....	24
3.3.3 KI baserte chatbots .....	25
3.4 BANKID .....	26
3.5 CYBER KRIMINALITET .....	26
3.6 NYTTE- KOSTNADSANALYSE .....	28
3.7 SWOT .....	29
3.7 AVDRAGSFRIHET .....	30
3.7.1 LÅNESØKNAD PROSESSEN .....	31
3.8 DIGITAL UTENFORSKAP .....	32
<b>4. METODEKAPITTEL</b> .....	<b>34</b>
4.1 HVA ER METODE? .....	34
4.2 FORSKNINGSINTERVJU .....	35
4.2.1 Semistrukturert intervju .....	35
4.3 KVANTITATIV METODE.....	36
4.3.1 Spørreundersøkelse.....	36
4.3.2 Case-studie.....	37
4.4 FORSKNINGSETIKK .....	37
4.5 VALG AV FORSKNINGSMETODE .....	38
4.6 SPØRRESKJEMA .....	38
4.7 INTERVJUDESIGN .....	39
4.8 VALIDITET .....	41
4.9 RELIABILITET .....	42
<b>5. ANALYSE</b> .....	<b>43</b>

5.1 RESULTAT FRA SPØRREUNDERSØKELSE .....	43
5.2 RESULTAT FRA INTERVJUER .....	50
5.2.1 Intervju 1 .....	50
5.2.2 Intervju 2 .....	51
5.2.3 Intervju 3 .....	51
5.3 OPPSUMMERING AV INNHEMTET DATA .....	53
5.4 NYTTE-KOSTNADSANALYSE AV SR-GPT .....	53
5.5 NYTTE-KOSTANALYSE AV CHATBOTS .....	58
5.6 SWOT – ANALYSE .....	63
5.6.1 SWOT – Bankbransjen .....	63
5.6.2 SWOT – Sparebank 1 .....	65
<b>6. DISKUSJON.....</b>	<b>68</b>
6.1 FORDEL DIGITALISERING .....	68
6.2 ULEMPER.....	70
6.3 RINGVIRKNINGER PÅ SAMFUNNET .....	73
<b>7. KONKLUSJON.....</b>	<b>74</b>
7.1 OPPGAVENS KONKLUSJON .....	74
7.1 KRITIKK TIL EGET ARBEID .....	75
7.2 FORSLAG TIL VIDERE FORSKNING .....	76
<b>8. LITTERATURLISTE .....</b>	<b>77</b>
<b>VEDLEGG.....</b>	<b>89</b>

## 1. Innledning

Bankene har vært og er en viktig del av samfunnet vi lever i. Disse finansielle institusjonene er derimot ikke statiske. Ser man på hvordan en bank var tidligere og hvordan den er i dag har det skjedd en stor utvikling. Før var bankene hovedsakelig noe man fysisk måtte møte opp i for å kunne løse problemene eller ønskene man måtte ha. Dette er derimot ikke realiteten lengre. I dag har man banken et tastetrykk unna, noe som åpner opp for mange nye muligheter. Denne nye økende digitale tilgjengeligheten har en skyggeside. Kunder som av ulike årsaker sliter med digitale verktøy har liten eller ingen mulighet til å benytte seg av de nye mulighetene.

I denne oppgaven ønsker vi å undersøke konsekvensene som oppstår av at bankens tjenester blir digitalisert. De positive og negative ringvirkningene digital transformasjon byr på vil bli belyst I denne oppgaven. For å kunne få et godt innblikk i disse ringvirkningen vil vi undersøke dette fra et kundeperspektiv, men og fra SR-Bank sitt perspektiv. Motivasjonen for å undersøke nettopp dette er å forstå bedre hvordan samfunnet blir påvirket når et så sentralt element som bank går gjennom en relativt omfattende transformasjon. Digitaliseringen har ikke nødvendigvis skjedd i form av en stor og drastisk omveltning. De siste tjue årene har vært preget av flere små endringer som i sum har blitt en stor teknologisk utvikling. Nettbank, BankID, Vipps, elektronisk signering av avtaler, chat-bot hos kundeservice er noen av endringene som har skjedd. Hva er konsekvensene? Hvem faller utenfor, og hvem setter pris på endringene? Dette er noen av spørsmålene vi ønsker å besvare.

### **Oppgavens problemstilling**

#### ***1.0 “Hvilke fordeler og ulemper fører økt fokus på digitalisering av finansinstitusjoner til?”***

Oppgaven er strukturert på følgende måte: I starten av oppgaven vil det bli gitt informasjon knyttet til bakgrunn for valg av oppgave, bankkunder og generelt om finansbransjen. Videre vil det bli gitt bakgrunnsinformasjon om case-bedriften SR-Bank. Deretter vil det komme en teoridel der det vil bli gjort rede for all relevant teori for oppgaven. Metodekapittelet vil deretter følge. I metodekapittelet vil vi beskrive hvordan vi har strukturert spørreundersøkelsene og intervjuene med ansatte I SR-Bank for å få kvantitative og kvalitative



data. Mot slutten av oppgaven vil det bli gjort en analyse av informasjonen innhentet i metodekapittelet. Oppgaven avsluttes med diskusjon og konklusjon.

Kvalitative data er hentet inn gjennom semistrukturerte intervjuer med nøkkelpersoner i SR-Bank. Vi ønsket å gjennomføre de intervjuene for å få en forståelse for de mest aktuelle fordelene og ulempene SR-Bank opplevde med digitalisering. For å kunne få et innblikk i bankkundernes perspektiver har vi tatt i bruk en spørreundersøkelse som henvendte seg til bankkunder i Norge. Dette er vår kvantitative datakilde.

### 1.1 Avgrensning

I denne oppgaven har vi valgt å bare fokusere på personmarkedet når det kommer til bankens kunder. Vi har valgt ta utgangspunkt i Sparebank 1 SR-Bank som en case bedrift. Vi ser derfor bort i fra de resterende bankene i Sparebank 1 konsernet. Vi har valgt å sende spørreundersøkelsen til personer som har et kundeforhold med en bank for å få tilstrekkelig data. Dette har vi antatt er representativt og gjeldene når vi sammenligner dette mot intervjuene gjort med de ansatte i Sparebank 1 konsernet.

## 2. Bakgrunn

Dette kapittelet gir en oversikt over bakgrunnen for valget av temaet digitalisering av finansinstitusjoner i denne bacheloroppgaven. Digitalisering har revolusjonert finanssektoren globalt og nasjonalt med betydelige konsekvenser for bankkunder og samfunnet som en helhet. Vi vil se på den generelle bakgrunnen for digitaliseringen av banker, hvordan norske bankkunder håndterer digitale banktjenester, samt den overordnede rollen til finansbransjen i samfunnet. Videre vil vi se nærmere på hvem Sparebank 1 og Sparebank 1 SR-Bank er. Vi har valgt Sparebank 1 SR-Bank som case-studie som et eksempel på hvordan den norske banksektor tilpasser seg digitaliseringen.

## 2.1 Bakgrunn for valg av tema

Den siste tiden har det vært stort fokus på økt digitalt utenforskap i samfunnet, og det rapporteres fra SSB om en økende andel som sliter med digitaliseringen (Rybalka et al., 2022). I artikkelen «Eldre frykter digitalt utenforskap» forklarer sosialantropolog Katja Perminow at eldre mennesker har en frykt for å bli stående utenfor og ikke ha de samme mulighetene og rettighetene når de opptrer i det digitale samfunnet (Milde, 2023). Vi fant tidlig ut at interessen for å verne om de eldre som ikke klarer å beherske digitale løsninger var en motivator for å starte arbeidet med valgt problemstilling.

Etter å ha lest flere nyhetsartikler, blant annet hvor konsernsjef i DNB utalte seg at de kom til å spare om lag to milliarder innen et på grunn av digitalisering av en spesifikk tjeneste (Finansavisen, 2019). Ønsket vi å dykke dypere inn på hvilke andre fordeler og eventuelle ulemper bankbransjen kan få med digitalisering.

Teknologisk kompetanse er et viktig element for Norges befolkning. Majoriteten av befolkningen i Norge er avhengig av denne kompetansen for å kunne bruke finansielle tjenester (Finansdepartementet, 2023). I undersøkelsen til SBB om digital sårbarhet og rapporten til Digdir: «Brukskvalitet påvirker digitalt utenforskap» kommer det frem at det handler mye om å ha tillit til de digitale offentlige tjenestene, samt at opplevelsen av de digitale tjenestene er utformet på en brukervennlig måte (Digdir, 2024) (Rybalka et al., 2022). En av motivasjonene for valg av tema var for å se hvilke aldersgrupper som sliter med å håndtere de digitale løsningene, og hva som er grunnen de til å falle utenfor.

Ifølge Katja frykter som nevnte tidligere de eldre hva digitaliseringen kommer til å føre med seg (Milde, 2023). Dette kan bidra til å skape en uro på både individnivå, men også på et større helhetlig samfunnsnivå. Hillesland (2022) skriver i et innlegg at digitaliseringen av ulike tjenester har utviklet seg så mye at det har blitt et samfunnsproblem (Hillesland, 2022).

Ettersom bankene er en sentral og essensiell del av folks hverdag, er det interessant å se på hvordan digitaliseringen av nettopp bankene påvirker kundene. Er det slik at banken legger til rette for at alle skal ha en overkommelig og brukervennlig opplevelse eller faller folk utenfor? Ifølge undersøkelser gjort av Digdir er det estimert at om lag 20 prosent av den voksne befolkningen (16 år og eldre) tilsvarende ca. 850 000 personer er sårbare i møte med offentlige digitale tjenester (Digdir, 2024).

Sett i lys av personlige erfaringer og de øvrige kildene danner dette grunnlaget for valget av vår problemstilling.

## 2.2 Digitalisering av banker

Digitalisering av Norges banker har vært en tydelig trend de siste årene. Dette har resultert i betydelige endringer i måten banktjenester tilbys og utføres på, noe som også har ført til økt cyberkriminalitet i Norge (Norges Bank, 2022). I artikkelen som Dagens Næringsliv utførte med Trond Bentestuen uttalte han som daværende konserndirektør for personmarked i DNB at det har de siste fem årene blitt investert oppunder femti milliarder dollar i finansteknologi i hele verden (Tobiassen, 2015). Noe som forklarer at norske bankene har investert tungt i teknologi, trolig for å kunne tilby digitale plattformer som mobilbank, nettbank og kontaktløse betalingsmetoder. Årsaken er at norske bankkunder har stor etterspørsel etter digitale løsninger (Stavanger Aftenblad, 2015). Denne digitaliseringsbølgen har gjort det enklere for kundene å utføre banktjenester når som helst og hvor som helst uten å måtte besøke en fysisk filial. Bruken av mobilapper og nettbanker har økt betydelig, og stadig flere transaksjoner gjennomføres digitalt (Stavanger Aftenblad, 2015).

Samtidig utfordrer digitaliseringen også det tradisjonelle banksystemet med fremveksten av nye aktører som tilbyr utelukkende digitale betalingsløsninger og alternative finansieringsmetoder (Bulder, 2024). I dag er de fleste norske banker godt forberedt på den digitale tidsalderen, og konkurransen om å tilby de beste og mest brukervennlige digitale tjenestene øker stadig (Finans Norge, 2024). Digitalisering endrer trolig ikke bare måten bankene opererer på, den revolusjonerer også trolig måten kundene utfører finansielle transaksjoner på.

### 2.3 Bankkunder i Norge

«Norge er blant de mest digitaliserte landene i Europa, og den norske finansnæringen har vært tidlig ute med å bruke digitale løsninger» (Finansdepartementet, 2023, avsnitt 21).

I Norge bruker de fleste bankkunder nettbank og mobilbank til daglige transaksjoner og banktjenester (Finansdepartementet, 2023). I undersøkelse fra statistisk sentralbyrå ser man at andelen som bruker internett til banktjenester har økt fra 91% i 2017 til 96% i 2023 (Statistisk Sentralbyrå, 2023). Dette gjenspeiler den generelle trenden mot digitalisering og fjernstyring av finansielle transaksjoner. Samtidig er det fortsatt et stort segment av befolkningen som foretrekker personlig kontakt med bankmedarbeidere for komplekse spørsmål eller råd (Olguin, 2022).

### 2.4 Generasjoner og digitalisering

Schjølberg (2023) hevder at generasjonen som er fra 10 til 30 år burde ikke ha noen særlige problemer med digitalisering, en generasjon som vi kaller for Gen Z og Millenium. Videre sier hun at dette er en generasjon som er vokst opp med digitalisering og får dette gjennom digitale verktøy på skolen og fritiden. Generasjonen her har som regel en intuitiv forståelse for digitale tjenester og hvordan man bruker den. Det er derfor lite sannsynlig at det er motstand mot digitalisering av banktjenester her, da de som regel er komfortable med å utforske og bruke digitale plattformer (Schjølberg, 2023).

Generasjonen som kalles for X, er 30 til 60 år. Slatto og Tande omtaler denne generasjonen som en generasjon som har opplevd introduksjonen til internett og teknologisk utvikling. Generasjonen har variert grad av kompetanse innen digitale ferdigheter, men har en generell forståelse av datamaskiner, telefoner og internett. De er tilpasningsdyktige til digitale verktøy, men kan trenge veiledning og støtte ved introduksjonen av nye digitale plattformer (Slatto & Tande, 2024).

Generasjonen som er over 60, kalles ofte for baby boomers. Slatto og Tande forklarer at denne generasjon har opplevde den teknologiske veksten i voksenlivet og har derfor ikke det samme grunnlaget som de nyere generasjonene. De hevder videre at denne generasjonen kan trenge ekstra støtte for å bruke mer avanserte digitale tjenester (Slatto & Tande, 2024). Dette er en viktig kundegruppe som vi mener at finans institusjonene burde ta i betraktning når det kommer til deres behov i overgangen til digitale tjenester

## 2.5 Finansbransjen i samfunnet

Definisjonen på en bank gitt av Per Meinich på Store Norske Leksikon (SNL) er: “Et økonomisk foretak som har til hovedoppgave å motta og yte kreditt gjennom innlån og utlån” (Meinich & Munthe, 2023). Der kreditt “er økonomisk tillit som gjør at en kan få lån eller kjøp varer uten å betale med en gang (Finn-Egil Kaurel, 2023). Finans er en fellesbetegnelse for penger, kreditt, bank og børsvesen (Levi Gårseth-Nesbakk, 2023).

Banken er som oftest den første man henvender seg til når man skal få lån til bolig, bil eller andre produkter som krever større mengder enn man har tilgjengelig via likvide midler.

Finansdepartementet (2024) omtaler utlånsforskriften som lover og forskrifter på hvor mye man kan låne for å beskytte både samfunnet og individet som tar på seg risikoen ved et lån. Utlånsforskriften kort fortalt omhandler hvilke krav som må oppfylles for å påta seg lån og hvilke vurderinger som skal bli gjort i forbindelse med dette (Finansdepartementet, 2024). Norske banker er pålagt til å følge denne forskriften. Et resultat av dette er at det trolig at samfunnet blir mer økonomisk sikkert, og kan være med på å unngå at privat personer går konkurs.

Bankgarantien er trolig et viktig element for hvorfor kunder velger å spare pengene sine i bank, sammenlignet med f.eks. under madrassen. Ifølge banksikringsfondet (2023) sikrer bankgarantien at kunder får tilbakebetalt opptil to millioner kroner av sine innskudd dersom banken skulle få økonomiske problemer og ikke er i stand til å tilbakebetale selv. For å sikre dette, finnes det et sikringsfond som garanterer for innskuddene. Dette fondet trer inn og dekker innskuddene opp til grensen på to millioner kroner hvis banken ikke har tilstrekkelige midler til å gjøre opp for seg (Bankenessikringsfond, 2023). Man er dermed sikret på en helt

annen måte enn om man skulle fysisk ha oppbevart penger selv. Banken tilbyr en finansiell trygghet man ellers ikke kunne konstruert på egen hånd (Sparebank 1, 2023).

For å kunne gi alle kunden sine lån trenger banken store mengder med kapital. Det er derfor bankene går til store finansintuisjoner slik som sentralbanken for lån av penger. I Norge har vi Norgesbank, en rekke statsbanker og private banker (Meinich, 2023).

Om en bank ikke har oppfyller minstekravet for pengebeholdningen, kan de låne penger fra en annen bank. I følge Fiken (2024) har da bankene en fast rente som benyttes denne omtales som NIBOR. NIBOR står for Norweigan InterBank Offered Rate. Denne renten angir hvilken sats som de forskjellige norske banker låner ut usikret lån til andre banker (Fiken, 2024).

Denne renten settes daglig av et panel med de største bankene i Norge (Fiken, 2024).

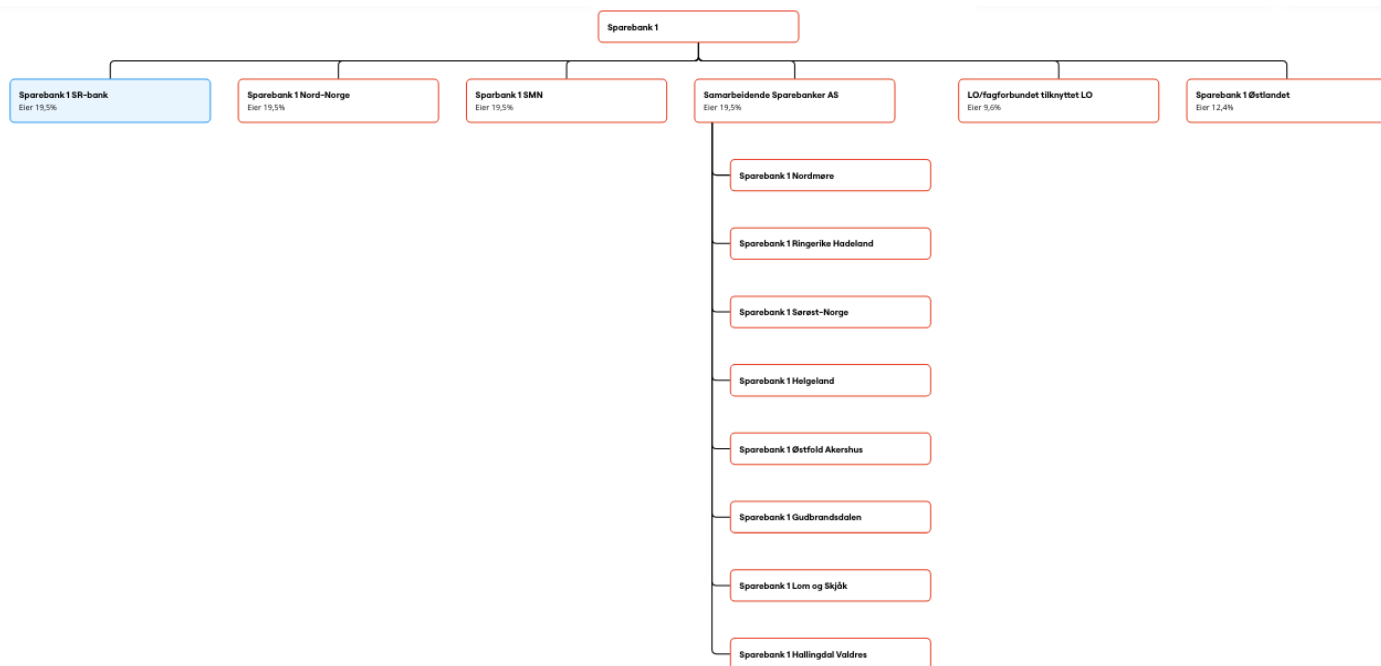
Styringsrenten som fastsettes, baseres på forventingen til den norske økonomien. I skrivende stund 02.04.24 er styringsrenten på 4,5% (Norges Bank, 2024). Denne renten kan sette fart på eller bremse ned den norske økonomien (Norges Bank, 2024). Går renten opp, vil man merke dette negativt på f.eks. boliglånet til privatpersoner. Da vil utlånsrenten som banken tar for lånene til kundene gå opp, ergo må kundene kompensere for denne usikkerheten ved å øke sine renteinntalinger. Går renten ned vil det også merkes på boliglånet, men da i en positiv forstand. Da vil kundene ha større kjøpekapasitet som et resultat av en reduksjon i renteutgiftene.

De ledende sparebankene i Norge, som primært er basert på innskudd av sparepenger, er rangert etter antall kunder som følger: DNB, Nordea, Danske Bank, Sparebank 1 og Handelsbanken (Oskar, 2020). Disse institusjonene anses som hovedkonkurrentene i det norske bankmarkedet. Alle nevnte banker tilbyr nettbanktjenester og har et lignende produktspekter som det man finner hos Sparebank 1.

## 2.6 Sparebank 1

“Sparebank 1-alliansen er et samarbeid mellom flere banker under felles merkevare Sparebank 1” (Sparebank 1, 2024). Sparebank 1 er derfor delt inn i forskjellige banker og organisert slikt gjennom dette samarbeidet. Det er 13 forskjellige sparebanker i alliansen og vi skal ta for oss SR-Bank. SR-Bank er nå i forhandlinger med Sparebank 1 Sørøst-Norge og vil derfor trolig

bli Norges største sparebank i oktober 2024. Det er ennå uvisst hvordan organiseringen av disse to bankene kommer til å se ut ettersom de enda er i forhandlinger. Sammenslåingen vil gjennomføres 1.oktober 2024, vi skal derfor ta for oss SR-Bank slik som selskapet er organisert nå (Sparebank 1 SR-Bank, 2024).



Figur 1: Oversikt over Sparebank 1

### 2.6.1 Sparebank 1 Utvikling

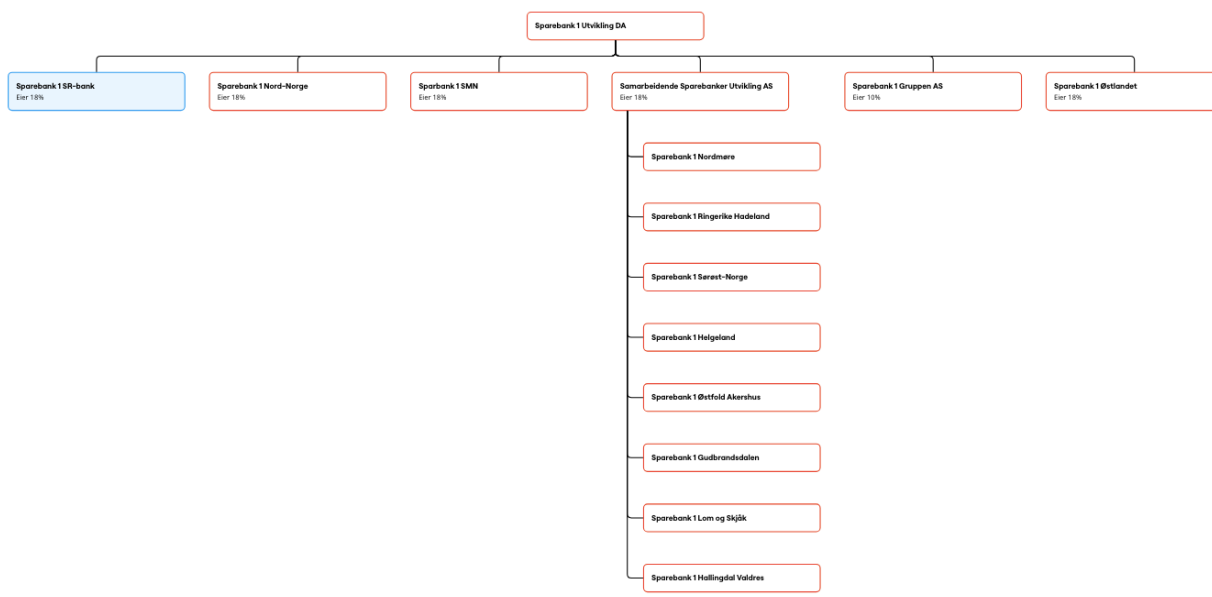
Sparebank 1 Utvikling er et selskap som har markert seg som en aktør innenfor finansielle løsninger i Norge. Selskapet har en portefølje av tjenester og over 1 million bankkunder. Selskapet er eid av de 13 Sparebank 1-bankene. Denne strukturen gjør det mulig for selskapet å dra nytte av ulike kompetanser og ressurser fra sine eiere, samtidig som det beholder en grad av uavhengighet og fleksibilitet som er nødvendig for å møte de stadig skiftende kravene i det moderne finanslandskapet (Sparebank 1, 2024).

Sparebank 1 Utvikling har som mål å sikre at de 13 Sparebank 1-bankene opprettholder gode brukeropplevelser, kundeverdier og konkurransekraft. Dette oppnås gjennom utvikling og forvaltning av digitale løsninger som er tilpasset behovene til både enkeltpersoner og bedrifter over hele landet (Sparebank 1, 2024).

Sparebank 1 Utvikling har et fokus på å levere digitale løsninger. De hevder å legge vekt på å skape intuitive brukeropplevelser som gjør det enkelt for kundene å administrere sine økonomiske anliggender. Dette inkluderer mobilbanken, som har oppnådd betydelig popularitet med over 600 000 daglige brukere og er rangert som den mest likte mobilbanken i landet (Apple, 2024) (Sparebank 1, 2024).

Sparebank 1 Utvikling huser ulike fagmiljøer, inkludert IT, marked, forretningsstøtte, betaling, sparing, finansiering, organisasjon og kommunikasjon. Med nesten 600 ansatte og konsulenter, har selskapet bred kompetanse.

Selskapet hevder å være en fremtredende kraft innen finansiell teknologi og innovasjon, og ønsker å være Norges fremste forretningspartner, med fokus på å levere verdi og brukeropplevelser i verdensklasse (Sparebank 1, 2024).



Figur 2, Oversikt over Sparebank 1 Utvikling



## 2.7 Historien til SR-Bank

Røttene til Sparebank 1 SR-Bank stammer tilbake til 1839 da en tollbetjent ved navn Brodahl så et behov i Egersund by. Egersund Sparebank stiftes da med en kapital på 56 specidaler, som omlag var 224 kroner. Dette tilsvarer omlag 20 400 kroner verdt i dag (Norges Bank, 2024). Grunnlaget for stiftelsen var for at fiskere med inntekt fra salg av fisk og eksport hadde behov for en sparebank. Videre utvikling kommer i midten av 1800-tallet da kom en jordbruksrevolusjon i Rogaland. Bøndene her trengte redskaper som kostet mer enn de hadde selv. Dermed ble Finnøy Sparebank opprettet for å kunne tilby kreditt til bøndene som trengte penger til å investere i landbruksredskaper (Sparebank 1 SR-Bank, 2023).

Begynnelsen av 1900-tallet kjøper Sands Herred Sparebank fremtidens SR-Bank, fallrettigheter til Hiimsfossen som en gave til kommunen. Denne fossen skulle gi elektrisitet og lys til bygden. Denne beslutningen var det flere norske sparebanker som tok inspirasjon fra å gjorde det samme. Dette ga folket lys og elektrisitet i flere bygder og tettsteder i Norge (Sparebank 1 SR-Bank, 2023).

Spoler vi frem til nyere tid, mer spesifikt oljeeventyret i Rogaland ble det et stort behov for sparebanker. Da går 13 sparebanker går sammen og danner Sparebanken Rogaland. SR-Bank blir da en massiv bank med forvaltningskapital på 1,5 milliarder kroner og 350 ansatte. SR-Bank blir med i 1996 med i alliansen Sparebank 1 og samarbeider om forsikring, kapitalforvaltning og andre banktjenester. I 2012 går SR-Bank på børs for å hente mer kapital for å fortsette og skape verdier for regionen og dekke behovet som region har for kapital (Sparebank 1 SR-Bank, 2023).

I dag har SR-Bank en kundemasse på over 350 000 kunder og passert over 219 milliarder kroner i brutto utlån. Hovedkontoret er ikke langt fra hvor det ble grunnlagt, i Stavanger(Sparebank 1 SR-Bank, 2023).

# Fundament og strategi

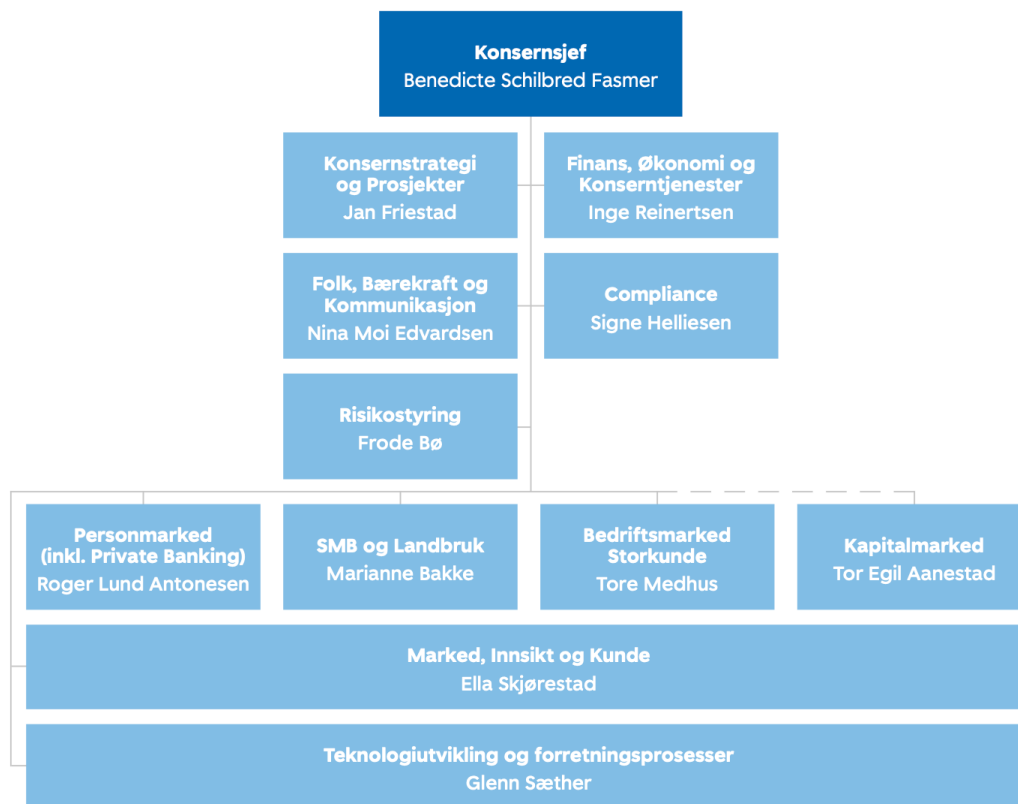


Figur 3: En oversikt over fundament og strategi til SR-Bank (Sparebank 1 SR-Bank, 2024).

SR-Bank er i dag organisert med hovedkontor i Stavanger. Ifølge SR-Bank (2024) er strategien å leve opp til navnet sitt, «Mer enn en bank». Dette gjennom å være en fremtidsrettet relasjonsbank for Sør-Norge (Sparebank 1 SR-Bank, 2024). SR-Bank ønsker å være en relasjonsbank med å vise ansvar og respekt, samtidig som de er engasjert og handlekraftig. Som nevnt ønsker SR-Bank å være et konsern for hele Sør-Norge og gjennom mulig sammenslåing med Sparebank 1 Sørøst-Norge kan dette bli Norges største sparebank. Hensikten til banken blir som før, med et ønske om å gi en kraftig vekst og utvikling til regionen. SR-Bank konsernet ønsker å skape arbeidsplasser, gi støtte og hjelpe bedrifter som satser i regionen.

Konsernet ledelse er satt opp slik som vist på figuren under, hvor vi har øverste leder (CEO) Benedicte Schilbred Fasmer og Inge Reinertsen som (CFO) (Sparebank 1 SR-Bank, 2024).

# Organisering



Figur 4: En oversikt over organiseringen til SR-Bank (Sparebank 1 SR-Bank, 2024).

## 2.8 Forretningsområdene til SR-Bank

### 2.8.1 Personmarked

Vi har valgt å fokusere på det som omtales som personmarked. Personmarkedet omhandler boliglån, personforsikring, skadeforsikring privat og investering privat (Finansnorge, 2023). I følge SR-Bank (2024) ligger de an som ledene når det kommer til dette området på Sør og Vestlandet med over 370 000 personkunder over 13 år. Dette utgjør en markedsandel på cirka 20% ved utgangen av 2022 (Sparebank 1 SR-Bank, 2024).

## 2.8.2 Bedriftsmarkedet

I dette markedet blir kundene betjent av lokale rådgivere fordelt rundt på de 40 forskjellige kontorene til SR-Bank. Lokale rådgivere har kunnskap og kan gi råd til bedrifter i forbindelse med etablering, vekst og drift (Sparebank 1 SR-Bank, 2024). SR-Bank er en totalleverandør av ulike produkter som bedriften trenger for eksempel som forsikring, lån og pensjon, samt regnskapstjenester. Her er bedriftsmarkedet delt inn i Storkunde med 3 000 kunder, små & mellomstore bedrifter og landbruk med over 30 000 kunder (Sparebank 1 SR-Bank, 2024).

## 2.8.3 Kapitalmarkedet

I følge Sparebank 1 SR-Bank Markets (2024) er de regionens ledene verdipapirforetak. Verdipapirer som fond og aksjer går da gjennom Markets. SR-Bank ønsker å være ledene på denne fronten og styrker derfor satsingen på dette området ved å kjøpe flere eiendeler av Markets, som ble gjennomført i Q1 2023 (Sparebank 1 SR-Bank, 2024).

## Finanskonsernet SpareBank 1 SR-Bank



### Heleide datterselskaper



### Deleide selskaper



Figur 5: En oversikt over Finanskonsernet SR-Bank (Sparebank 1 SR-Bank, 2024).

SR-Bank har også flere datterselskap. Disse er:

- Eiendomsmelger 1 SR-Eiendom AS
- Sparebank 1 SR-Bank ForretningsPartner AS
- SR-Boligkreditt AS
- FinStart Nordic AS
- Monio AS

Vedlagt i figur 5 finner man også datterselskaper som er deleide (Sparebank 1 SR-Bank, 2024).

### 3. Teorikapittel

I det følgende teorikapittelet vil vi utforske sentrale begreper og fenomener knyttet til digitaliseringens innvirkning på ulike aspekter av samfunnet. Vi vil blant annet undersøke hvordan digitalisering skjer gjennom teknologiske fremskritt, og utforske spesifikke applikasjoner som chatbots, BankID og avdragsfrihet i lånesøknadsprosessen. Videre vil vi belyse både mulighetene og utfordringene som følger med denne utviklingen, inkludert økende trusler knyttet til cyberkriminalitet og spørsmål om digitalt utenforskap.

#### 3.1 Definere digitalisering

Man har tidligere definert digitalisering som:

“Digitalisering er transformasjonen fra at informasjonsteknologi (IT) er et støtteverktøy i virksomheten til at det blir omgjort til en del av hele virksomhetenes DNA. Dette betyr at selve forretningsmodell, organisasjons og dems prosesser er spesielt designet for å utnytte dagens og morgen dagens teknologi”  
(E. Andersen & Sannes, 2018, s. 2).

#### 3.2 Hvordan skjer digitalisering?

Digitalisering tar form i mange forskjellige måter, i forskningsartikkelen til Andersen og Sannes (2018) skiller det mellom digitizing, digitalisering og digital transformasjon. Hvor

digitizing er å gjøre analoge operasjoner om til digitale. For en bank kan det være å gå fra å manuelt sende ut kontoutskrift til kundene per post, om til å sende samme informasjon manuelt i nettbank. Med andre ord går man fra å sende noe fysisk, til å sende det digitalt. Videre hevder Andersen og Sannes at digitalisering bygger videre på konseptet om digitizing, det handler om å endre forretningsmodeller og prosesser. For eksempel kan dette innebære at banken omtalt over nå tar i bruk programvare eller roboter til å automatisk sende ut kontoutskriften i nettbanken. Digital transformasjon er derimot en kombinasjonen av digitizing og digitalisering som fører til endring i samfunnet og finansielle institusjoner (E. Andersen & Sannes, 2018).

I denne oppgaven velger vi å fokusere på det som over blir omtalt som digitalisering. Digitalisering av finansinstitusjoner er en kompleks prosess hvor det skjer mange endringer innenfor strategi og teknologi. Her er noen av de viktigste måtene finansinstitusjoner digitaliseres på:

1. Digital plattform

Ifølge leder for personmarked i DNB Ingjerd Blekeli stiller kundene høye krav til tjenester som nettbank og mobilbank. Kunden er blitt mer selvstendige og av denne grunn er det nødvendig med en god digital plattform. Derfor er det viktig for finansinstitusjoner å stadig forbedre og utvikle de digitale plattformene for å gjøre det enklere for kunden (Seljehaug, 2021).

2. Automatisering av prosesser

Automatisering har blitt en nødvendig investering for bedrifters kostnadsminimering og dermed også bedriftens konkurranse dyktighet. Automatisering av prosesser som tidligere var manuelle har spart ansatte for mye manuell jobb samt redusert kostnadene til bedriften (Holmlund, 2022). I finansinstitusjoner kan det henholdsvis være oppgaver som automatisering av kredittvurderinger, lånesøknadsprosesser, risikostyring og regnskap som blir automatisert.

### 3. Endring i innhenting av data

Finansinstitusjoner har tidligere innhentet og analysert hovedsakelig fysisk data. Dette er derimot en prosess som ikke lengre er nødvendig å gjøre fysisk, på grunn av digitaliseringen. Tidligere ville man for eksempel tatt i bruk fysiske data på papir i en analyse, dette er noe som man ser mindre og mindre til ettersom man nå tar i bruk digitale verktøy for å gjøre samme type analyse. Finansinstitusjoner har antageligvis muligheten til å samle inn store mengder digitale data for å få innsikt i kundeadferd, risikostyring, investeringsbeslutninger og mer. Det er blitt nødvendig at en bedrift har gode analyseverktøy og andre programvarer som kan trekke ut relevant informasjon fra dataene (Digital Norway, 2024).

### 4. Betalingsmåter

Det er stadig større etterspørsel fra kunder om digitale betalingsløsninger (Schibsted Partnerstudio, 2017), slik som Apple Pay, Vipps og Paypal. Apple Pay er en form for trådløs mobilbetaling, som gjør at du kan bruke mobilen din som kortet ditt (Nordea, 2024). Vipps er blitt allment kjent, kort beskrevet er det en betalingsapp som blir mest brukt til å sende eller mota penger til privatpersoner. Paypal er derimot en betalingsløsning for å utføre trygg netthandel (Jebsen, 2023). Slike løsninger gjør det mer praktisk og bidrar til et enklere liv (Schibsted Partnerstudio, 2017).

### 5. Verifisering og sikkerhet

«BankID er en personlig og enkel elektronisk legitimasjon for sikker identifisering og signering på nettet» (Bankid, 2024, avsnitt 3). Dette er en tjeneste som de fleste i Norge har hørt om og som majoriteten bruker. Når det kommer til Bankid har man sett en utvikling hvor man nå går fra Bankid på mobil, til å nå bruke en egen Bankid app (Bankid, 2024). Årsaken til endringen var trolig for å gjøre det sikrere og enklere for kundene å håndtere.

Digitalisering av finansinstitusjoner er omfattende og endrer på hvordan bedriftene driver virksomheten, betjener kunder og møter kravene fra staten og markedet. Det kreves store

investeringer i teknologi, kompetanseutvikling og strategisk ledelse for å lykkes med digital transformasjon (Fauske, 2024).

Det er flere segmenter i samfunnet som nå går over til å digitalisere virksomheten sin. Et eksempel på digitalisering i samfunnet er at man nå kan få avtale legetimer over nett, samt legekonsultasjon over nett uten fysisk oppmøte (Aleris, 2024). Dette var ikke mulig før, og man var nødt til å møte opp fysisk, samt vente på venterommet før legen var klar. Dette er et eksempel på en tjeneste som har fulgt utviklingen til samfunnet. Derfor kan vi se på dette som en teknologisk forbedring.

### 3.3 Teknologi

De siste tre tiårene har banktjenestene endret seg betraktelig. Vi har beveget oss fra at kunder møtte opp i banken for å betale regninger til at de kan gjøre det ved et tastetrykk på smarttelefonen. Denne utviklingen har vært omfattende der flere banker og andre bedrifter har brukt store summer i håp om å få et konkurransefortrinn ovenfor de resterende i bransjen, noe som har ført til flere teknologiske sprang.

Helt siden 1990 har bankene i Norge drevet med innovasjon i håp om å finne opp den beste løsningen for å lokke kunder til seg. I starten av 1990-årene ble brevgiro introdusert i 1992, etterfulgt av telegiro i 1994 (Pettersen, 2020) (Nyhus & Meinich, 2021). Disse tjenestene som en gang var banebrytende har gradvis mistet sin relevans, men forblir tilgjengelige for de som foretrekker dem. Denne endringen skyldes i stor grad fremveksten av en mer avansert løsning som har revolusjonert måten vi håndterer økonomiske transaksjoner. Denne tjenesten blir omtalt som nettbanken.

I 1996 lanserte de første bankene sine tidlige versjoner av nettbanken, og dette ble et vendepunkt som radikalt forandret hverdagen til folk flest (Bolstad, 2023). Etter denne introduksjonen har det vært en kontinuerlig utvikling mot å gjøre banktjenester både enklere og sikrere for kundene. En vesentlig milepæl i denne utviklingen var lanseringen av BankID i 2004 (Bankid, 2024). BankID har spilt en avgjørende rolle i å styrke sikkerheten og



brukervennligheten i digitale banktjenester, og har dermed bidratt til den videre digitaliseringen i Norge (Brekke, 2023).

Fra begynnelsen og frem til nå har det vært en rekke ulike varianter av BankID. Dette har inkludert forskjellige typer kodebrikker, kortlesere og mobilapplikasjoner. For tiden ser det ut til at BankID-appen fra BankID Norge er den endelige løsningen som vil samle de norske bankene under én standard innloggingsprosedyre (Sparebank 1, 2024). Det er også viktig å påpeke at BankID er standardisert metode for innlogging på offentlige nettsider i Norge.

### 3.3.1 Chatbots

En chatbot, også kjent som en chatterobot eller samtaleagent, er et dataprogram som er designet for å holde en samtale med mennesker på en naturlig måte. Samtalene skjer som oftest gjennom meldingsbasert tjenester som for eksempel chattefunksjonen på SR-Banks nettside. Disse virtuelle assistentene brukes i en rekke applikasjoner, inkludert kundeservice, salg, markedsføring, osv. Det finnes ulike typer chatbots, noen av de mer brukte er regelbaserte chatbots og kunstig intelligens (KI) baserte chatbots. I rapporten “Nasjonal strategi for kunstig intelligens” er KI definert som:

“Kunstig intelligente systemer utfører handlinger, fysisk eller digitalt, basert på tolkning og behandling av strukturerte eller ustrukturerte data, i den hensikt å oppnå et gitt mål. Enkelte KI-systemer kan også tilpasse seg gjennom å analysere og ta hensyn til hvordan tidligere handlinger har påvirket omgivelsene”

(Kommunal- og moderniseringsdepartementet, 2020, s.9).

### 3.3.2 Regelbaserte chatbots

I følge Sadekov (2023) opererer regelbaserte chatbots med et system av forhåndsdefinerte regler og svar. De er programmert til å gjenkjenne bestemte nøkkelord eller setninger og svare med forhåndsdefinerte svar som er knyttet til disse. Regelbaserte chatbots fungerer godt for enkle og forutsigbare samtaler. Denne typen chatbots er ofte tatt i bruk når det kommer til første instans i en rekke bankers kundeservice.

For eksempel vil chatbots i kundeservice kunne gi svar på spørsmål som den allerede har blitt programmert til å gjenkjenne. Imidlertid kan de være begrenset når det gjelder å forstå komplekse spørsmål eller håndtere naturlig språk. Sadekov (2023) poengter at disse typene chatbots er utsatt for å ikke kunne oppfatte spørsmålet dersom det ikke inneholder det riktige nøkkelordet. Har spørsmålet ikke den riktige formuleringen eller ikke inneholder riktige nøkkelord vil chatboten ikke kunne forstå hva som blir spurt om, og dermed ikke klare å komme fram til et svar (Sadekov, 2023).

### 3.3.3 KI baserte chatbots

KI baserte chatbots bruker avanserte algoritmer og kunstig intelligens for å forbedre responsene sine over tid. Disse chatbotene har mulighet til å søke gjennom en gitt database for å innhente informasjon. I følge Sadekov (2023) er denne typen chatbot er i stand til å lære av interaksjonene med brukerne der den tilpasser seg og lærer kontinuerlig basert på disse erfaringene. I møte med brukerne er fokuset ikke enkelte nøkkelord, slik som i regelbasert chatbots, men heller på å tolke innholdet i spørsmålet som blir stilt. Chatboten identifiserer og forstår hundrevis av ulike spørsmål. Dette bidrar til å gjøre kunstige intelligens-chatboter svært verdifulle for store bedrifter både i offentlig sektor og i private bransjer som f.eks. telekommunikasjon, bank og forsikring (Sadekov, 2023).

En bank som i 2023 tok i bruk denne type Ki basert chatbot var SR-Bank. Banken utviklet sin egen chatbot ved navn SR-GPT (Sparebank 1 SR-Bank, 2024). Bruksområdet til SR-GPT er knyttet til bankens ansatte og åpner opp for at ansatte kan stille spørsmål når de søker informasjon (Sparebank 1 SR-Bank, 2024). Det er også mulig å spør SR-GPT om å generelle prognoser, som f.eks. forventede fremtidige rentenivå (Bogen, 2024).

En Sadekov (2023) hevder at KI basert chatbot har muligheten til å håndtere et bredt spekter av spørsmål, betjene tusenvis av kunder automatisk og gjenkjenne mer avanserte situasjoner. Denne funksjonaliteten bidrar til å forbedre brukeropplevelsen betydelig. Videre hevder han at KI baserte chatbots har også muligheten til å utføre oppgaver selvstendig knyttet opp mot problemet som blir stilt. Eksempler på dette kan være å trekke ut etterspurte tall fra prislisten

på forskjellige kontoer. En regelbasert chatbot vil i et slikt tilfelle trolig bare gi brukeren en lenke til en nettside for selvhjelp og ikke løse selve problemet til kunden (Sadekov, 2023).

### 3.4 Bankid

Som nevnt over ble den første nordmannen i 2004 introdusert for en ny måte å autentisere seg på i banken, kjent som BankID. Bakgrunnen for denne overgangen lå i en felles henvendelse fra banknæringen, som ønsket en standardisert infrastruktur for kundenes nettbaserte identifikasjon. Denne løsningen måtte også oppfylle myndighetenes strenge krav til ID- og legitimasjonskontroll, krav som BankID møtte. BankID har også blitt inkludert på EUs liste over pålitelige autentiseringsmetoder, noe som gjør den til en anerkjent og akseptert metode for signering og identifikasjon, også på tvers av landegrensene (Bankid, 2024).

De mest populære metodene for å benytte BankID har vært gjennom bruk av kodebrikke, BankID på mobil, og nå nylig, BankID-appen. Selv om det har vært andre tilnærminger for bruk av BankID, har ikke disse hatt samme suksess som de nevnte metodene. Alle norske banker har nå vendt seg til BankID-appen, hvor appen fungerer som en erstatning for den tradisjonelle kodebrikken (Sparebank 1, 2024).

### 3.5 Cyber kriminalitet

Ifølge fagleder svindel Marit Solam (2023), i Sparebank 1 SR-Bank er det 1,2 millioner nordmenn som har blitt svindlet på nett (Mari Løvås, 2023). Tall fra finansstilsynet viser at over 407 millioner ble tapt i første halvår i 2023, dette viser oss den alvorlige situasjonen som samfunnet befinner seg i (Finansnorge, 2024).

Digitalisering av enhver bedrift eller organisasjon benytter teknologi, og denne teknologien har sårbarheter som blir utnyttet av svindlere. Medby gir uttrykk i sin artikkel at cyber kriminalitet derfor er noe som bankene ser på som et økende problem. Det er derfor viktig for bankene og andre aktører å implementere robuste sikkerhetstiltak for å beskytte kundene mot svindel (Medby, 2024).

Svindelektspert i DNB, Sebastian Takle (2024), påpeker at i de siste årene har antallet svindelhenvendelser til bankene økt. Videre sier Takle at samtidig som det har vært en økning i antall tilfeller der kunder mister penger har det også vært en økning i svindel knyttet til kundenes elektroniske signatur (Medby, 2024). BankID er tidligere forklart som en digital signatur som brukes til å autentisere seg i ulike elektroniske tjenester. Denne økningen i svindeltilfeller har ført til utredning av en ny finanslovavtale, som trådte i kraft 1. januar 2023. Denne avtalen innebærer et økt ansvar for bankene når det gjelder kundene som blir svindlet. Dette betyr i praksis at det er bedre vern og lavere egen andel om din Bankid eller kort blir misbrukt (Sparebank 1 SR-Bank, 2024).

I en tid der teknologien stadig utvikler seg, har det oppstått nye og mer raffinerte former for svindel som utnytter folks tillit og manglende forståelse for sikkerhetsrisikoer på nettet. Et fremtredende eksempel på denne typen svindel er det som er kjent som "Smishing", et begrep som kombinerer ordene "SMS" og "phishing" (Telenor, 2024). Ifølge Telenor (2024) involverer smishing vanligvis at svindlere sender ut falske tekstmeldinger som utgir seg fra å komme fra anerkjente offentlige etater eller velkjente selskaper. Disse meldingene er utformet for å virke troverdige, og de inneholder ofte et presserende budskap som oppfordrer mottakeren til å ta umiddelbare handlinger, for eksempel å oppdatere sine personlige opplysninger eller gjennomføre en sikkerhetskontroll (Telenor, 2024).

En av de mest bedrageriske aspektene ved Smishing-svindel er bruken av lenker som tilsynelatende fører til legitime nettsider. Telenor (2024) forklarer at når brukere klikker på disse lenkene, blir de ofte bedt om å logge seg på med sin BankID eller tilsvarende autentiseringsmetode. Uvitende om svindelens natur, gir brukerne fra seg sine innloggingsopplysninger direkte til svindlerne. Dette gir svindlerne en direkte tilgang til sensitive data, inkludert passord og godkjenningmetoder, som de deretter kan misbruke fritt (Telenor, 2024).

Ifølge Telenor (2024) kan konsekvensene av Smishing-svindel være ødeleggende for ofrene. Svindlerne kan bruke de stjalne opplysningene til å overføre penger til andre kontoer og har muligheten til å åpne nye linjer av kreditt i deres navn. Ofte oppdages ikke svindelen før det er

for sent, og ofrene står igjen med betydelige økonomiske tap og potensielt alvorlige konsekvenser for sin økonomiske stabilitet og personlige sikkerhet (Telenor, 2024).

Løvås (2023) skriver at for å bekjempe denne typen svindel er det avgjørende at både enkeltpersoner og samfunnet som helhet blir bedre informert og utstyrt med kunnskap om sikkerhetspraksis på nettet. Dette inkluderer å være skeptisk til uventede tekstmeldinger som ber om personlige opplysninger, å alltid verifisere avsenderens identitet før man gir fra seg sensitiv informasjon og holde seg oppdatert om de nyeste svindelmetodene (Løvås, 2023).

Når det kommer til konsekvenser av svindel for banken er det ulike trussler som oppstår. I tillegg til tap av inntekter fra de berørte kundene, kan svindel føre til tap av omdømme og tillit i markedet. Et enkelt tilfelle av svindel kan ha en dominoeffekt og føre til at andre kunder mister tilliten til bankens sikkerhetssystemer, noe som kan resultere i massiv kundeflukt og betydelige økonomiske tap for banken. Derfor er det trolig viktig at bankene investerer i avanserte sikkerhetssystemer og kontinuerlig overvåker transaksjoner for mistenkelig aktivitet for å bekjempe denne trusselen.

For bankene kan svindel føre til juridiske konsekvenser, spesielt hvis de ikke oppfyller sine forpliktelser til å beskytte kundene mot svindel. Marte Kjørven skriver i innlegget sitt om svindel knyttet til BankID kan resultere i søksmål fra kunder som ikke har fått dekket tapene sine, samt regulatoriske sanksjoner for manglende oppfyllelse av sikkerhetskrav (Kjørven et al., 2019). Bankene bruker også betydelige ressurser på å håndtere svindeltilfeller, inkludert etterforskning av hendelser, implementering av sikkerhetstiltak og kommunikasjon med berørte kunder. Dette fører til tap av tid og ressurser for banken, samt potensielt redusert kundeopplevelse som følge av økt stress og usikkerhet blant kundene (Kolden, 2021).

### 3.6 Nytte- kostnadsanalyse

«Nytte- kostnadsanalyse er en lønnsomhetsanalyse av offentlige prosjekter der alle fordeler og ulemper med et prosjekt tallfestes og summeres, så langt det lar seg gjøre» (Sirnes et al., 2023. avsnitt 1). For å kunne kalkulere hvor mye man vinner eller taper ved å gjøre et spesifikt valg er det viktig at man ikke bare kalkulerer det man vil oppnå som gevinst ved et valg, men også

det man gir slipp på. Det vil i mange sammenhenger ikke være mulig å gjøre både A og B. Av denne grunn må man under valg av A også kalkulere med den mulige gevinsten eller tapet man gir slipp på ved å ikke velge B. Gjennom en nytte kostnadsanalyse vil man kunne kartlegge og etablert tallverdier til de respektive valgene man står ovenfor, dette åpner videre opp for muligheten for å sammenligne alternativene og velge den som gir den høyeste økonomisk verdi (Sirnes et al., 2023).

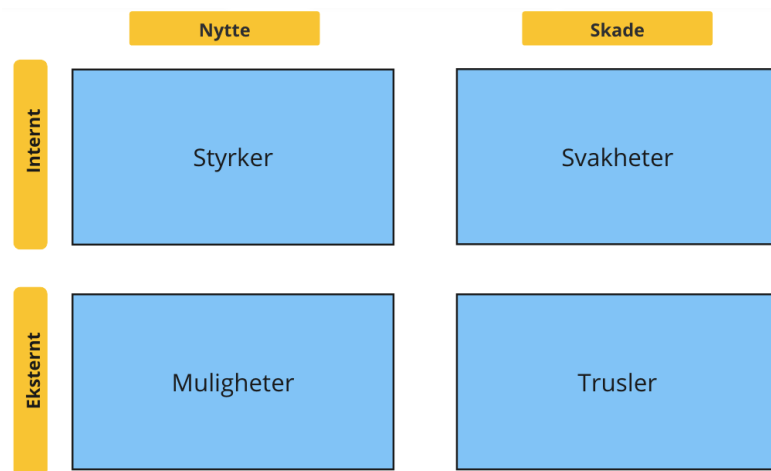
### 3.7 SWOT

Man bruker denne type analyse for å kartlegge, og planlegge de beste beslutningene for selskapet. Dette kan være til stor hjelp for bedrifter som planlegger å gjøre endringer. SWOT analyse er en strategisk-analyse som gir en god oversikt på de forskjellige styrkene, svakhetene, mulighetene og truslene som bedriften står ovenfor.

SWOT er fire bokstaver og de står for følgende:

- S – Strengths (Styrker) punktet skal vise styrkene til bedriften.
- W – Weaknesses (Svakheter) står for hvilke svakheter bedriften har, eller kan støte på.
- O – Opportunities (Muligheter) er hvilke muligheter bedriften har for videre drift.
- T – Treaths (Trussler) handler om hvilke og hvor store trusler selskapet har i møte med de eksterne faktorene og andre bedrifter som driver i samme segment.

Man deler inn SWOT-analysen i to hoved sektorer. Interne faktorer som betyr alt bedriften har kontroll over, slik som produksjon, ansatte og målsetninger. Eksterne faktorer er faktorer som bedriften ikke i samme grad kan kontrollere over. Dette kan være svingninger i markedet, endring i etterspørsel eller til og med natur-katastrofer (Vikøren & Pihl, 2023).



Figur 6: Viser SWOT modellen.

### 3.7 Avdragsfrihet

I løpet av intervjuet med intervjuobjekt nummer 3 (2024) ble vi informert om en digitalisert tjeneste som allerede i 2024 hadde spart SR-Bank betydelige summer. Denne tjenesten involverte en automatisert tilnærming for å gi lånekunder avdragsfrihet gjennom bevillinger. Ifølge intervjuobjekt nummer 3 (2024) kan avdragsfrihet enkelt forklares at man midlertidig slipper å betale ned på lånet, og kun betaler renter i en periode (Intervjuobjekt nummer 3, personlig kommunikasjon, 08.februar 2024).

Videre hevder intervjuobjekt nummer 3 (2024) at tradisjonelt sett har behandlingen av avdragsfrihet vært en manuell oppgave for bankens ansatte, men nå er den erstattet med automatiserte prosesser. Med denne autonome tjenesten kan lånekunder nå selv søke om avdragsfrihet. Ved et tastetrykk kan systemet identifisere kunder som aldri har hatt avdragsfrihet tidligere og som ikke har betalingsanmerkninger. Disse "grønne" kundene kan deretter få sin søknad innvilget på bare noen få minutter, og alt håndteres automatisk av systemet. Kunden som tidligere har hatt avdragsfrihet eller av andre årsaker må gjennom en manuell vurderingsprosess, hvor de blir satt i kø for en rådgiver som må ta en individuell vurdering. Dette gjør at effektiviteten til banken blir bedre, da man slipper unødvendige tidsbruk på vurderinger som hadde blitt godkjent uansett (Intervjuobjekt nummer 3, personlig kommunikasjon, 08.februar 2024).

Intervjuobjekt nummer 3 (2024) delte informasjon om at denne avdragsfrihets-tjenesten fra januar til mars 2024 hadde innvilget 716 av 1331 søknader om avdragsfrihet, basert på de angitte vurderingskriteriene. Intervjuobjekt nummer 3 (2024) forklarte videre at SR-Bank har beregnet at det i gjennomsnitt tar en lånerådgiver rundt 30 minutter per sak. Dersom denne trenden fortsetter, vil den automatiserte tjenesten innvilge omtrent 3400 saker i løpet av 2024. Med hver sak som tar 30 minutter, multipliserer dette antallet saker med tiden det tar å behandle dem. Dette blir omlag 103 104 minutter, som tilsvarer 1718 timer (30 minutter x 3400 saker). Dette utgjør en hel stilling i løpet av et år, og alt dette er blitt oppnådd gjennom digitalisering (Intervjuobjekt nummer 3, personlig kommunikasjon, 15.februar 2024). Avdragsfrihet, som påpekt av intervjuobjektet, er en relativt enkel og liten prosess. Dette bringer tankene til hva som kan oppnås ved å utvikle KI til å erstatte andre manuelle prosesser innen banksektoren.

### 3.7.1 Lånesøknad prosessen

Ifølge intervjuobjekt nummer 3 (2024) har lånesøknads prosessen de siste to tiårene har gjennomgått betydelige endringer som følge av teknologiske fremskritt i finansnæringen. En av de mest markante endringene har vært overgangen til digitale plattformer for lånesøknader. Tidligere var det vanlig å besøke en fysisk filial for å søke om lån, men nå kan kunder søke via bankens nettside. Dette eliminerer behovet for papirarbeid og ventetid i kø for å møte en finansrådgiver. Ifølge intervjuobjekt nummer 3 (2024) har dette gjort søknadsprosessen langt mer praktisk og brukervennlig for kundene samtidig som behovet for fysiske dokumenter er redusert (Intervjuobjekt nummer 3, personlig kommunikasjon, 08.februar 2024).

Nå kan kunden med et enkelt tastetrykk gi samtykke til banken for å innhente all nødvendig dokumentasjon. Dersom alt er i orden, kan lånet innvilges uten at et menneske en gang ser på saken. Ifølge Giske (2018) er dette et resultat av regjeringens satsing på digitalisering. Denne satsingen har gjort det mulig for banker å ta i bruk API-teknologi (Application Programming Interface). API-teknologi tillater integrasjon mellom bankens systemer og eksterne tjenester som for eksempel skattemeldinger og lønns slipper (Giske, 2018).



I 2019 uttalte den daværende konsernsjefen Rune Bjerke i DNB at de trolig ville spare 2 milliarder innen 2020 som et resultat av automatiseringen av boliglån (Finansavisen, 2019). Kostnadsminimeringen inkluderer reduserte administrasjonskostnader ettersom flere saker blir behandlet av automatiserte systemer, noe som kan redusere behovet for manuelt arbeid. Dette fører til nedleggelse av filialer da bankene trenger færre ansatte (Fjelltveit & Aldridge, 2016). Digitaliseringen har gjort jobben enklere og mer oversiktlig for finansrådgivere, da digitale verktøy har lavere risiko for feil, noe som muliggjør bedre beslutninger basert på korrekt informasjon (Lendo, 2022).

### 3.8 Digital utenforskap

Ifølge Rybalka og medforfatterne i Statistiske Sentralbyrå (2022) har digitalt utenforskap blitt et hyppig diskutert tema i Norge de siste årene. Videre hevdes det at økningen i digitaliseringstakten er en hovedårsak til dette fenomenet. Den økende digitaliseringen har medført betydelige konsekvenser for de som ikke klarer å holde tritt med utviklingen. For flertallet av befolkningen har digitaliseringen bidratt til en mer effektiv og praktisk hverdag (Rybalka et al., 2022). For eksempel kan de nå gjøre betalinger hjemme fra sofaen via mobilbanken. Imidlertid har det dessverre vist seg at enkelte samfunnsgrupper sliter med å følge med på endringene og å håndtere de digitale verktøyene (Bjørnstad, 2022).

I rapporten fra Statistisk Sentralbyrå (SSB) kommer det frem at unge studenter er spesielt sårbare for digitalt utenforskap. Funnene i SSB-rapporten viser at unge studenter har en økt sannsynlighet for å være fraværende fra det offentlige digitale tjenestetilbudet. Selv om denne demografiske gruppen trolig benytter offentlige digitale tjenester i mindre grad enn de vil gjøre senere i livet, bør det forventes at de allerede er aktive deltakere i det offentlige tjenestetilbudet på visse områder (Rybalka et al., 2022). Slike offentlige tjenestetilbud som det refereres til kan være for eksempel Helse Norge, skatteetaten eller andre offentlige tjenester.

Ifølge rapport til SSB (2022) trekkes det frem at når det kommer til alder så ser man en «U»-formet sammenheng. Med dette mener man at i hver sin topp av U-en er de yngre og eldre personer. Disse har en større sannsynlighet for å havne utenfor når det kommer til det digitale,

en sammenlignet med referansegruppen SSB bruker som har alderen 35-54 år. Det kommer også frem i denne rapporten at «sannsynligheten for å falle utenfor øker med alderen og er høyest for personer i alderen 71-79 år» (Rybalka et al., 2022, s.13).

Årsakene til at disse gruppene kan oppleve digitalt utenforskap varierer fra individ til individ. Undersøkelsen til Digdir (2024) trekker frem fire kategorier som årsaken bak digital sårbarhet. Disse kategoriene er tilgangsbARRIERE, digital kompetanse, helserelevante barrierer og forvaltningsbarrierer. TilgangsbARRIERER kan for eksempel oppstå når brukere ikke klarer å finne eller forstå informasjon om sine rettigheter og plikter, ofte på grunn av svake språkkunnskaper. Andre kan bli hindret av helsemessige eller livssituasjonsrelaterte utfordringer, eller manglende kjennskap til hvordan man benytter seg av offentlige tjenester (Digdir, 2024).

For samfunnsgrupper som strever med digitalisering, kan det være hjelpsomt at banker og andre næringslivsaktører som benytter digitale løsninger tilbyr opplæring og støtte. Dette er i tråd med Kommunal- og moderniseringsdepartementets strategi (2021) «Digital hele livet» hvor målet lyder som følge:

«overordnede tiltak og innsatsområdene som fremheves her skal bidra til å sikre at alle innbyggere som har lav eller manglende digital kompetanse gis muligheter til å tilegne seg de grunnleggende ferdigheter som trengs for å ta i bruk digitale verktøy og de mest sentrale digitale tjenester og løsninger fra stat, kommune og næringsliv» (Kommunal- og moderniseringsdepartementet, 2021).

Videre har banker innført strengere regler fra 2022 for å sikre at kundene får tilstrekkelig hjelp. Finans Norge (2022) har utviklet en bransjenorm for finansiell inkludering, som inneholder retningslinjer for hvordan banker skal imøtekomme ikke-digitale kunder. Normen er utformet for å sikre at alle har tilgang til banktjenester, inkludert de som ikke er i stand til å benytte nettbank (Finans Norge, 2022).

Finans Norge definerer tilgangen på analoge tjenester som «Banken skal ha et tilbud til kunder som gjør det mulig å få kontoinformasjon, betale regninger og overføre penger uten hjelp av

digitale løsninger” (Finans Norge, 2022, avsnitt 3). Normen fastslår også at bankene skal tilby veiledning i deres egne digitale løsninger, alle tiltakene i normen skal bidra til at kundene kan ha kontroll over egen økonomi uansett digital kompetanse og utvikling (Finans Norge, 2022). Ifølge direktør Inger Lise Blyverket i Forbrukerrådet er tilbudet til ikke-digitale kunder ikke godt nok ivarettatt av bankbransjen (Hålien, 2022).

Som tidligere nevnt kan digitaliseringen oppleves som utfordrende (Bjørnstad, 2022). Derfor er det trolig av stor betydning at banker tar initiativ til å møte disse gruppene som står i fare for å bli ekskludert, for å forhindre at de sårbare gruppene faller utenfor samfunnet.

#### 4. Metodekapittel

I dette kapittelet av oppgaven skal vi belyse hvilke metodiske framgangsmåter som ble brukt for å undersøke valgt problemstilling. Det skal gjennomgås forskningsmetode, forskningsintervju, forskningsetikk, spørreundersøkelse og begrunnelse for valg av metoder i denne oppgaven. Videre skal det redegjøres for oppgavens reliabilitet og validitet.

##### 4.1 Hva er metode?

Konseptet "metode" refererer til en strukturert tilnærming eller prosedyre som anvendes for å oppnå et spesifikt mål eller løse et gitt problem. Dette samsvarer godt med beskrivelsen fra boken det kvalitative forskningsintervju av Kvale og Brinkmann, som definerer metode som veien mot målet eller som en veiviser (Kvale & Brinkmann, 2015). I boken definerer de også metode som "En systematisk prosedyre (som kan være refleksjonsbasert) for observasjon og analyse av data" (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 356). Innenfor forskningsfeltet inkluderer metoden teknikker, verktøy og prosedyrer som forskere benytter for å samle inn, analysere og tolke data for å utforske sine forsknings spørsmål eller evaluere hypoteser (Sander, 2023).

Ifølge Dragset og Ellingsen (2011) utgjør forskningsdesignet den omfattende planen eller rammen for forskningsprosessen. Det definerer metodene for datainnsamling, inkludert hvilke typer data som skal samles inn, hvordan de skal innhentes og tilnærmingen for dataanalysen. Datainnsamlingen involverer en rekke ulike metoder og teknikker slik som observasjon,

spørreskjemaer, intervjuer, eksperimenter, samt bruk av eksisterende datasett og litteratur (Drageset & Ellingsen, 2011).

Videre hevder Dragset og Ellingsen (2011) at analysen omfatter en variasjon av metoder og verktøy som benyttes for å undersøke de innsamlede dataene. Metodikken kan inkludere statistiske prosedyrer og kvalitative analyser. Validiteten og reliabiliteten av metoden må evalueres, spesielt med tanke på nøyaktigheten og gjentagbarheten av målingene, samt representativiteten til dataene. Det er viktig å adressere disse spørsmålene for å sikre påliteligheten og konsistensen i forskningsprosessen (Drageset & Ellingsen, 2011).

Under utførelsen av forskning sier Dragset og Ellingsen (2011) at det er essensielt for forskere å nøye vurdere og håndtere etiske bekymringer knyttet til de valgte metodene. Dette inkluderer ivaretagelse av personvern, innhenting av deltakernes samtykke og beskyttelse av sårbare befolkninger (Drageset & Ellingsen, 2011).

## 4.2 Forskningsintervju

Ifølge Kvale og Brinkmann i boken «Det kvalitative forskningsintervju» er forskningsintervjuer definert som "En samtale med struktur og formål; det innebærer at man spør og lytter inngående med det formål å innhente etterprøvbare kunnskaper" (Kvale & Brinkmann, 2015, s.355). Forskningsintervjuer representerer en metode for forskere å samle kvalitativ data og det finnes flere varianter av intervjuformer, metoder for utføring og analyse av intervjuer. Blant disse variantene inkluderer strukturerte, ustrukturerte, semistrukturerte og forskningsgruppeintervjuer. (Kvale & Brinkmann, 2015) I vår oppgave fokuserer vi spesielt på den semistrukturerte varianten, da dette er valgt metode i vår casestudie.

### 4.2.1 Semistrukturert intervju

Gisle Andersen (2020) hevder at semistrukturerte intervjuer betraktes ofte som den mest vanlige typen kvalitative intervjuundersøkelser. Begrepet "semistrukturert" refererer til en form for intervju som er delvis strukturert, og dette skiller seg fra andre former for kvalitative intervjuer ved at det har mer karakter av en samtale mellom forskeren og intervjuobjektet

(Andersen, 2020). Videre definerer Andersen semistrukturert intervju som en «samtale mellom forskeren og en respondent, der gangen i samtalen er styrt av forskeren» (Andersen, 2020, avsnitt 4). I denne typen intervjuer har forskeren muligheten til å stille oppfølgingsspørsmål og utforske temaer som oppstår under samtalen på en mer fleksibel måte. Til tross for at det foreligger et intervjudesign og forhåndsbestemte spørsmål, har forskeren større frihet til å undersøke emner i dybden sammenlignet med andre intervjuformer (Andersen, 2020).

### 4.3 Kvantitativ metode

*“Kvantitativ metode er forskningsmetoder som brukes ved innsamling og analyse av kvantitativ data. Dette er data som foreligger i form av tall eller andre mengdetermer”*  
(Grønmo, 2023, avsnitt 1).

Kvantitativ metode er som nevnt av Grønmo (2023) en tilnærming innen forskning som fokuserer på innsamling, analyse og tolkning av kvantitative data. Disse dataene er preget av tall eller andre målbare enheter og tillater forskere å kvantifisere fenomener og undersøke sammenhenger mellom variabler. Sentralt i kvantitativ metode er bruk av strukturerte spørreskjemaer, spørreundersøkelser og kvantitativ innholdsanalyse (Grønmo, 2023). Denne tilnærmingen bygger på et positivistisk vitenskapssyn, hvor forskningen søker objektivitet og etterstreber å teste hypoteser ved hjelp av statistiske metoder (Sander, 2024). Resultatene av kvantitative studier streber etter å være generaliserbare og repeterbare, slik at andre forskere kan evaluere og validere funnene (Grønmo, 2023). Gjennom kvantitative metoder kan forskere utforske komplekse fenomener på en strukturert og målbar måte, og bidra til økt forståelse og kunnskap innen ulike fagfelt (Sander, 2024).

#### 4.3.1 Spørreundersøkelse

Hellevik (2015) omtaler spørreundersøkelser som et utbredt og regnes ofte som den mest anvendte metoden for datainnsamling i samfunnsvitenskapen. I kvantitative spørreundersøkelser blir de samme spørsmålene presentert for en relativt stor gruppe mennesker, kalt respondenter (Hellevik, 2015). Respondentene får vanligvis faste

svaralternativer å velge mellom. Disse undersøkelsene kan gjennomføres på ulike måter, enten ansikt til ansikt der en intervjuer stiller spørsmålene og registrerer svarene. En annen måte er gjennom telefon der intervjuet gjennomføres gjennom samtale, man kan også gjennomføre undersøkelsen ved at respondentene selv leser spørsmålene og velger svaralternativene (Hellevik, 2015). Dette kan for eksempel skje ved utfylling av et skjema som sendes per post eller ved å svare på et spørreskjema som sendes via internett.

#### 4.3.2 Case-studie

I følge Wæhle og med forfatterne (2020) er Case-studie er en undersøkelse av en hypotese knyttet til en spesifikk enhet, ofte referert til som eksempelstudie på norsk. For eksempel, dersom man ønsker å utforske oljebransjen i Norge, kan en case-studie være rettet mot Aker BP. Vanligvis fokuserer case-studier på én enkelt enhet, men det er også mulig å undersøke flere enheter. Wæhle og med forfatterne (2020) forklarer at case-studier vanligvis forankret i kvalitativ forskning eller en kombinasjon av kvalitative og kvantitative tilnærminger. Formålet med en case-studie er å innhente innsikt og forståelse av den spesifikke enheten som undersøkes (Wæhle et al., 2020). Til tross for at den individuelle enheten betraktes som et case-studie, kan den også ses som en del av et større bilde eller puslespill, hvor den enkelte case-bedriften fungerer som en representasjon av bransjens normer (Wæhle et al., 2020).

#### 4.4 Forskningsetikk

Ifølge Dalland (2012) er etikkfeltet en undersøkelse av moralske prinsipper, med sikte på å bestemme hvordan man skal oppføre seg. Etikk er opptatt av å skille mellom rett og galt, akseptabelt og uakseptabelt. Dette fungerer som et rammeverk for å evaluere handlinger, og innenfor forskningsområdet fokuserer forskningsetikk spesifikt på rapportering, gjennomføring og planlegging av forskningsinnsats. I hovedsak er forskningsetikk en kontinuerlig prosess som forskere må vurdere fra begynnelse til slutt. Ivaretagelse av personvern er av største betydning, og jakten på ny kunnskap gjennom forskning bør aldri gå på akkord med individers velvære og autonomi (Dalland, 2012).

## 4.5 Valg av forskningsmetode

I denne oppgaven har vi valgt å innhente data gjennom kvantitativ datainnhenting og kvalitative intervjuer. Kvantitativ data ble innhentet i form av en spørreundersøkelse. Kvalitative intervjuer ble foretatt i en dialog med nøkkelpersoner i ledelsen til Sparebank 1 konsernet. Vi valgte å bruke semistrukturert intervju for å kunne stille oppfølgingsspørsmål og danne bedre forståelse for svarene vi fikk.

Under utformingen av denne oppgaven har det blitt satt et stort fokus på generell forskningsetikk. Medlemmene av gruppen var klare på at de ønsket å sørge for at alle parter som deltok i innhenting av informasjon var klar over rettighetene de innehar, og at disse partene også følte seg respektert. De gjeldene retningslinjene er forstått av gruppens medlem og dermed også implementert i denne oppgaven. For å ikke påvirke informasjonen som ble innhentet var alle medlemmene på gruppen klare over viktigheten over å holde seg nøytrale. Med dette fokuset prøvde medlemmene i gruppen til beste evne å holde seg nøytrale slik at informasjonen som blir innhentet reflekterer virkeligheten, uten å være påvirket av egne biaser og oppfatninger. Denne holdningen har vært med på sikre at forskningen opprettholder validitet, og at man kvalitets sikrer dataen man innhenter. Fokus på nøytralitet har igjen vært med på å ivareta forskningens integritet.

## 4.6 Spørreskjema

Spørreskjemaet som ble designet hadde et hovedfokus på å få innblikk og forståelse ovenfor kunders forhold til digitalisering av banktjenester. Ved å ta i bruk spørreskjema så fikk vi tilgang til en stor mengde kvantitativ data som vi kunne analysere for å se hva som var viktigst for respondentene. Spørreskjemaet bestod hovedsakelig av flervalgsspørsmål der man hadde muligheten til å velge et av svarene som var oppgitt. Hensikten med å bruke flervalgsspørsmål var å kunne kategorisere svarene og dermed skille mellom preferansene til kundene.

Spørreundersøkelsen hadde også tekstbokser for spørsmål der det var ønskelig med et mer individuelt og utfyllende svar. En slik kvalitativ innhentning av data var med på å oppklare og gi et bedre innblikk i hvilket aspekt av bankens digitale tjenester som var positive eller

negative for den enkelte kunden. Blandingen mellom kvalitative og kvantitative data ga oss et mer nyansert bilde som ikke ville vært mulig å innhente ved hjelp av bare kvantitative data som flervalgs skjemaet produserte.

Spørsmålene som ble utformet var nøye utvalgt for å best undersøke den problemstillingen vi hadde. Vi ønsket å stille åpne, samt direkte spørsmål for å få et svar som vi kunne bruke. Spørsmålene var alt ifra hvilke banker respondentene hadde, hvilken alder, og hvor fornøyde de var med tjenestene som de brukte. Vedlagt ligger alle spørsmålene til spørreundersøkelsen.

#### 4.7 Intervjudesign

Målet med intervjuene var å få større innsikt i hvordan digitaliseringen har påvirket Sparebank 1 SR-Bank sine systemer, tjenester, jobbhverdag og deres tanker om påvirkningen digitaliseringen har hatt på samfunnet. Tre nøkkelpersoner i Sparebank 1 konsernet fikk tilsendt en invitasjon til intervju. De utvalgte intervjuobjektene har alle fellestrekk med at de har ansvar innenfor utvikling og digitalisering i Sparebank 1 konsernet.

Vi tok i bruk semistrukturert intervjuer der vi hadde en liste forhåndsatte spørsmål. Nevnt tidligere har semistrukturert intervju mulighet til å stille oppfølgingsspørsmål og variere fra intervju til intervju. Dette gjenspeiles i resultatene. Det første intervjuet ble utført fysisk mens de to andre ble utført via Teams. I denne oppgaven kommer vi til å henvise til personene som intervjuobjekt 1, intervjuobjekt 2 og intervjuobjekt 3, hvor intervjuobjekt 1 er den første vi intervjuet og intervjuobjekt 3 er den siste. Vi sendte ut følgende innledning til intervjuet:

*«Vi skriver Bachelor oppgave om digitalisering i finansbedrifter, og vi har da tatt for oss Sparebank 1. Vi har i den anledning et ønske om et lite intervju med deg.*

*Vi ønsker derfor å få svar på litt generelle spørsmål om fremtiden til digitalisering og hvordan utviklingen har vært i de siste årene.*

*Spørsmålene vi ønsker å stille vil også være fordeler/ulempene med digitalisering, og om du har noen tall å vise oss i form av resultatene av digitalisering.*



*Lengden på intervjuet har vi sett for oss er på rundt 20 minutter via Teams.*

*Håper du kan hjelpe oss her»*

Vi hadde på forhånd valgt følgende spørsmål:

**Intervjuguide:**

*Har du noen tall på hvor mange kunder sparebank 1 har til sammen?*

*Hvordan har utviklingen for digitalisering vært i de siste 10 årene i forhold til bank?*

*Hvilke konsekvenser har det vært for banken?*

*Hvordan ser dere på kundene i forhold til digitalisering, bra/dårlig?*

*Tror du at kundene er fornøyd med den utviklingen som er knyttet til digitalisering?*

*Hvordan tror du utviklingen i fremtiden blir, hva kan vi forvente oss?*

*Er det noen konsekvenser som er knyttet til dette eller ikke?*

*Tror du at digitalisering har økt til mer utenforskap? (Eldre og vanskeligstilte spesifikt)*

*Hva tror du er den største ulempen med digitalisering?*

*Vil du påstå at digitalisering ført til kostnadsminimering for banken? Hvordan?*

*Penger, har du tall på hvordan arbeidskraften har endret eller flyttet og hvordan dette har endret til økt eller mindre kostnader?*

*Har du noen tall på midler som har blitt brukt for å digitalisere bankens tjenester?*

*Har du en kontaktperson i utvikling som kan ha svar på disse spørsmålene eller som kan være interessant for oss å intervju?*

#### 4.8 Validitet

Å opprettholde en god validitet på data man innhenter er fundamentalt for å kunne gjøre en god datainnsamling. Sigmund Grønmo (2024) definerer i SNL validitet som et kriterium om kvalitetene på data som blir hentet inn (Grønmo et al., 2024). Man kan oppnå en høy grad av validitet om man faktisk klarer å hente inn informasjon som kan være med på å belyse problemstillingene man har valgt seg. Med andre ord, handler det om hvor nøyaktig og pålitelig dataene og resultatene som blir samlet inn er og hvor godt de representerer det fenomenet eller problemstillingen som studeres (Grønmo et al., 2024).

For å sikre høy validitet i vår spørreundersøkelse var det et viktig mål å ha nøye utformet spørsmål for å unngå tvetydighet eller forvirring blant respondentene. Hvis respondentene tolker spørsmålene annerledes enn intensjonen, kan resultatene bli feilaktige eller misvisende. For å unngå dette ble det satt fokus på å bruke klart og presist språk, samt å unngå ledende spørsmål. Det ble også sørget for at spørsmålene dekket de relevante aspektene som trengs for relevant informasjon. Etter at spørreundersøkelsen var utformet og tatt i bruk ble det tydelig at spørsmålene innhentet svar på det de var designet for å hente inn. Det var av denne grunn at vi etter personlige vurderinger, vurderte spørreundersøkelsen til å ha en høy grad av validitet.

Vi valgte å gjennomføre semistrukturerte intervjuer for å sikre god validitet i våre undersøkelser. Denne tilnærmingen ga oss muligheten til å omformulere spørsmålene slik at intervjuobjektene bedre forsto hensikten med spørsmålet og dermed kunne gi mer nøyaktige og utfyllende svar. Semistrukturerte intervju gjorde et mulig for oss å stille tillegsspørsmål eller be om ytterligere forklaringer for å oppnå en dypere forståelse og dermed styrke gyldigheten av dataene vi samlet inn.

I planleggingsfasen av utvalget av intervjuobjekter tok en av forfatterne initiativ til å sende en e-post til et av de potensielle intervjuobjektene. Dette førte til tilgang til ytterligere to respondenter. Utvalget er begrenset til de tre objektene som vi hadde tilgang til, da det var vanskelig å få kontakt med andre sentrale personer.

#### 4.9 Reliabilitet

Reliabilitet er en sentral faktor innen forskningsmetodikk som vurderer stabiliteten og konsistensen i målinger over tid og under ulike betingelser. I korthet refererer reliabilitet til hvor pålitelige og gjentagbare resultatene av en undersøkelse eller et eksperiment er (Svartdal, 2023). En høy reliabilitet indikerer at målingene er stabile og gir konsistente resultater når de gjentas, mens lav reliabilitet antyder at resultatene kan være mer usikre eller variere betydelig fra gang til gang. Å vurdere reliabiliteten til en undersøkelse er avgjørende for å opprettholde tilliten til resultatene og deres tolkning (Svartdal, 2023). I spørreundersøkelsen gjort knyttet til denne oppgaven ble det bare innhentet svar en gang fra respondentene. Det har med andre ord ikke blitt gjennomført en måling av respondentenes holdninger over tid. Men det er derimot gjort en rekke tiltak som skal være med å sikre reliabilitet rundt informasjonen som har blitt innhentet.

Det var et klart fokus å kvalitetssikre spørreundersøkelsen for å minimere sannsynligheten for feilkilder, og å øke påliteligheten i svarene. For å sikre dette sørget vi for å innledningsvis klart definere formålet med spørreundersøkelsen og de spesifikke målene vi ønsket å oppnå.

Deretter sørget vi for at spørsmålene var så tydelige som mulig, der vi unngikk ledende spørsmålet og såkalte dobbeltspørsmål (der det er to spørsmål kombinert i et spørsmål). Dette fokuset var for å kunne minimere at respondenten ble forvirret eller påvirket på andre måter når de svarte på undersøkelsen.

Respondentene til spørreundersøkelsen fikk også akkurat de samme spørsmålene i samme rekkefølge. Dette er med på å holde innhentningen av svar relativt konsistent for hver enkelt respondent. Et slikt relativt identisk utgangspunktet knyttet opp med fokuset på utformingen av

spørsmålene har ført til at spørreundersøkelsen er å anse som et pålitelig verktøy for å innhente konsistente informasjon av alle forfatterne, og at utformingen dermed sikrer reliabilitet.

Gjennomføringen av intervjuer med sentrale personer i ledelsen av Sparebank 1 konsernet bidrar til å sikre reliabiliteten til dataene på flere måter. For det første innehar disse personene en høy grad av ekspertise og kunnskap om temaet som undersøkes. Deres posisjon gjør dem til nøkkelinformanter som har god innsikt i bankens strategier, utfordringer og muligheter knyttet til digital transformasjon. For det andre, deres erfaring og inngående kjennskap til organisasjonen og bransjen gjør dem til pålitelige kilder til informasjon. Videre bidrar deres sentrale posisjon i organisasjonen til å sikre at de har tilgang til omfattende og pålitelige data som kan støtte deres svar og perspektiver. Som ledere i selskapet har de førstehånds kjennskap til interne prosesser, ressurser og utfordringer som kan påvirke digitaliseringen av banken.

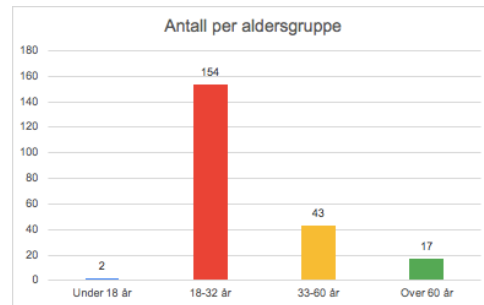
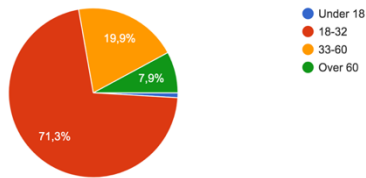
Det er derimot viktig å ta hensyn til deres posisjon i konsernet, da det muligens ikke er i deres interesse og vektlegge de negative aspektene ved digitalisering like mye som en nøytral part ville ha gjort. Av denne grunn har vi vært kritiske til informasjonen som har blitt gitt. Derfor har vi valgt å verifisere svarene vi har fått med ekstern data. Etter verifisering ser vi at dataene stemmer overens med eksterne kilder. Av denne grunn mener vi at intervjuene med nøkkel personene er av høy kvalitet, relevans og pålitelighet. Dette gjør det mulig å trekke pålitelige og gode konklusjoner basert på resultatene av intervjuene.

## 5. Analyse

### 5.1 Resultat fra spørreundersøkelse

Etter å ha gjennomført undersøkelsen fikk vi 216 svar på undersøkelsen. Her kommer det fram at det er et godt utvalg av banker som respondentene var kunder hos. Den banken som derimot hadde størst representasjon var Sparebank 1, med 66 respondenter. På andreplass kom DNB med 28 respondenter. Av respondentene som deltok i undersøkelsen var den en overvekt av aldergruppen 18-32. Denne gruppe var på 154 respondenter, som tilsvarer 71.3% av den totale summen av respondentene.

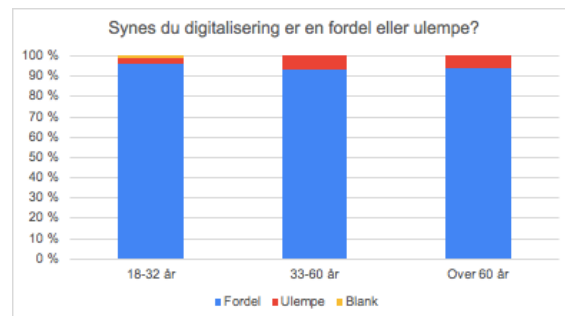
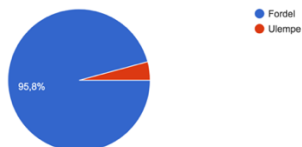
Hvilken aldersgruppe tilhører du?  
216 svar



Figur 7 & 8 som viser aldersgruppe.

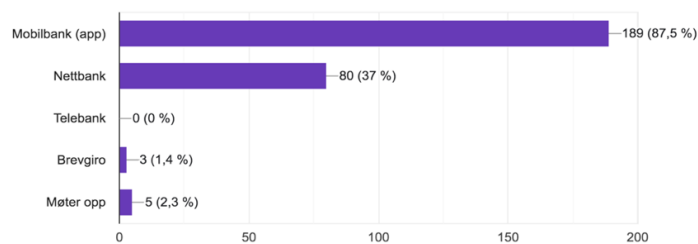
Respondentene ga ett tydelig inntrykk at de anså digitalisering av banktjenester som en fordel når de ble stilt spørsmålet rundt nettopp dette. Alle aldersgrupper hadde en overdreven positiv holdning til digitalisering av banktjenester, der samtlige aldersgrupper hadde en oppslutning på over 90%. Av alle respondentene var det bare totalt 4,2% som anså dette som en ulempe. Det er også en lav prosentandel på 3,7% som tar i bruk brevgiro eller møter opp i banken som deres eneste samhandling med banken. De lave prosentandelene tyder på at majoriteten av respondentene har en høy digital kompetanse når det kommer til å bruke av digitale tjenestene banken tilbyr.

Mener du at digitalisering av banktjenester er en fordel eller ulempe?  
214 svar



Figur 9 & 10 som viser fordel eller ulempe digitalisering av banktjenester

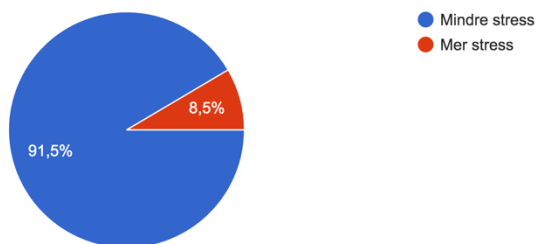
Hvilke tjenester bruker du primært?  
216 svar



Figur 11: Viser hvilke tjenester som respondentene bruker primært

Det er også 91,5% av respondentene som mener at digitalisering har ført til mindre stress i hverdagen. Dette bygger også opp under antagelsen nevnt over.

Har digitalisering ført til mer eller mindre stress for deg i hverdagen?  
212 svar

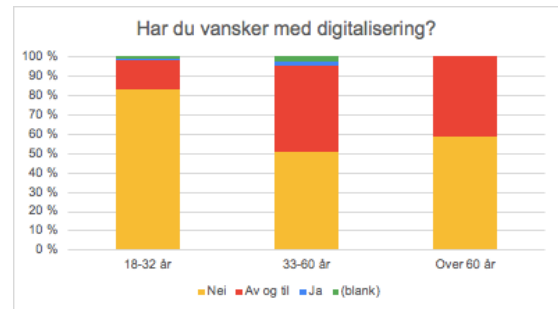
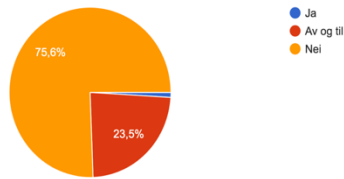


Figur 12: Viser mer/mindre stress knyttet til digitalisering

For å kunne konstatere hvordan respondentene selv følte om deres egen kompetanse rundt digitalisering ble det også stil ett direkte spørsmål, der det man skulle besvare om man har vansker med digitalisering. Her svarer bare 0,9% ja til dette spørsmålet. Dette er igjen med på å bekrefte antagelsen som var gitt tidligere rundt den høye digitale kompetansen respondentene innehar.

Det er derimot interessant å se på svaret “av og til”. Dette er et svar 23,5% valgte. Ser vi på dette svaret kommer det fram at 40% av respondentene over 60 år opplever tidvis utfordringer. For aldersgruppen 33-60 år blir denne prosentene enda høyere der om lag 45% av respondentene opplever vansker “av og til”. Sammenligner vi begge disse aldersgruppene og deres respektive prosentandeler med aldersgruppen 18-32 år vil man se en tydelig forskjell på svar. For aldersgruppen 18-32 år er det bare ca. 15% som sier de “av og til” har vansker med digitalisering. Dette tyder på at selv om respondentene til denne undersøkelsen gir inntrykk for å ha høy digital kompetanse, er det et betydelig skille mellom aldersgruppene.

Har du vansker med digitalisering?  
213 svar



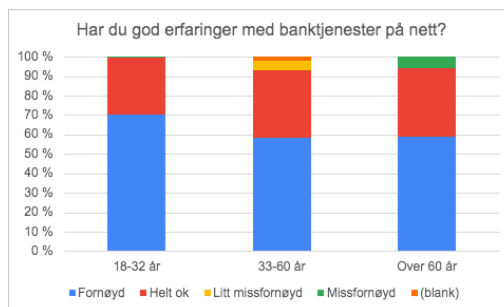
Figur 13 & 14 som viser alder på dem som sliter med digitalisering

I den kvalitative delen av undersøkelsen ga respondentene uttrykk for at de gjennom teknologiske løsninger har fått tilgang til en rekke positive aspekter som de finner nyttige. De nyttige aspektene omhandlet tilgjengelighet, bedre oversikt, større kontroll på regninger og andre betalinger.

Selv om det var færre negative enn positive, så var det også negative aspekter som ble belyst gjennom spørreundersøkelsen. Enkelte respondenter gav uttrykk for at de savnet den personlige hjelpen ved å være i kontakt med ekte mennesker. De ga uttrykk for at når problemene ble mer komplekse var det vanskelig gjennom teknologiske løsninger å oppnå et kompetent svar. Dette mente de skapte et negativt inntrykk av banken som en helhet. Enkelte respondenter mente også at det var negativt at digitalisering førte til færre kontorer som begrenset servicen i banken og førte til tap av arbeidsplasser og god kompetanse.

Av respondentene var det hele 66,5% som var fornøyd med banktjenester på nett, og 31,2% som har erfaringene de syntes er helt ok. Dette tyder på at når det kommer til banktjenester på nett er det et klart flertall av respondentene som har et relativt positivt forhold.

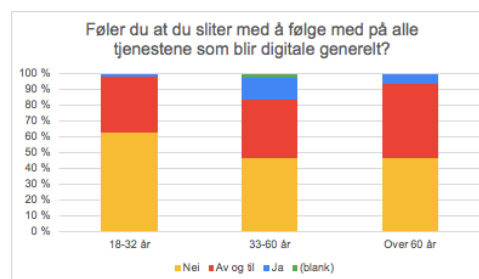
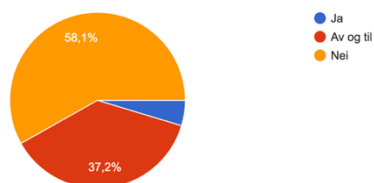
Det er derimot viktig å legge merke til at det er flere respondenter i 33-60 år og over 60 år som svarer "helt ok", en det man ser for gruppen 18-33 år. Nokk en gang er det slik at den yngste gruppen gir et svar som er mer positivt en de andre gruppene. 5% av gruppen over 60 år er misfornøyd med erfaringen de har rundt banktjenester på nett. Derimot er det ingen i gruppen 18-33 år som svarer noe mer negativt en "helt ok".



Figur 15 & 16 som viser erfaringer med banktjeneste

Det var også en relativ lav andel av respondentene som hadde problemer med å følge med på tjenester som ble digitale generelt. Av de 4,7% som svarte at de hadde problemer kan man se at majoriteten er i aldersgruppen 33-60 år der omtrent 14% av denne gruppen hadde problemer. Deretter følger over 60 år med om lag 5% av gruppen som sliter. Sammenligner vi disse prosentandelene med gruppen på 18-33 år er det bare om lag 2% som sliter. Dette kan tyde på at gruppen 33-60 år har begynt å slite mer med samfunnets teknologiske utvikling enn de yngre generasjonene. Denne teknologiske avstanden mellom generasjonene kan øke i framtiden.

Føler du at du sliter med å følge med på alle tjenestene som blir digitale generelt?  
215 svar

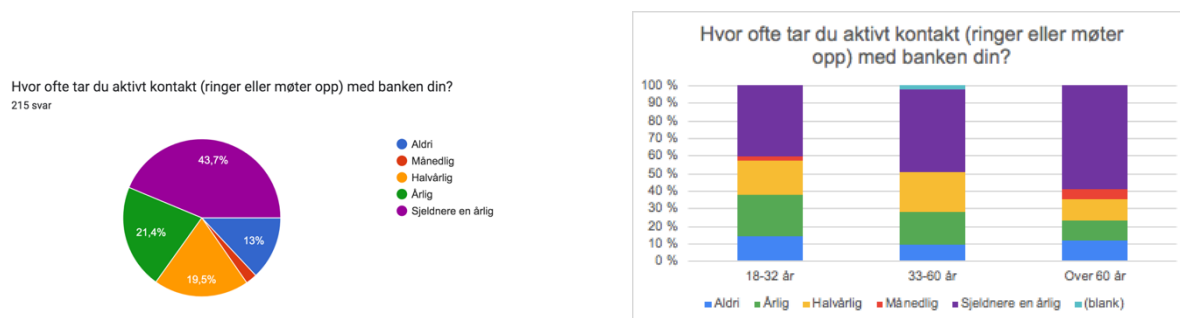


Figur 17 & 18 som viser hvem som sliter med digitale tjenester generelt.

Etter å ha undersøkt forholdene respondentene har til digitalisering og digitale banktjenester var det viktig å få et innblikk i hvordan den enkeltes respondens personlige forhold til banken var. Gjennom spørreundersøkelsen var det et flertall av respondentene som aldri eller sjeldnere en årlig tar kontakt med banken sin i form av en telefonsamtale eller oppmøte i banklokaler. En slik passiv samhandling med banken kan trolig tyde på at disse har et forhold til bank som passer godt med de digitale løsningene som blir brukt. Det er med andre ord ikke noen grunner for å ta kontakt med banken direkte, ettersom de digitale tjenestene gjør jobben man etterspør.



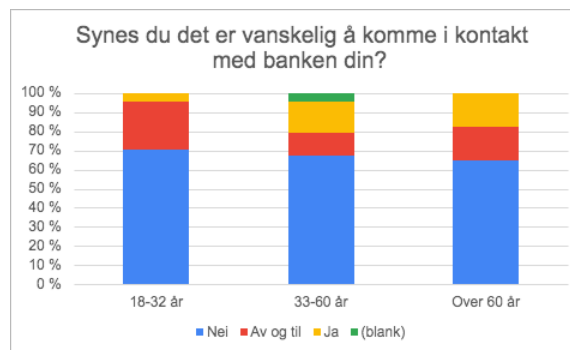
Dette vil derimot ikke være mer en spekulasjon, ettersom det ikke ble spurt oppfølgingsspørsmål ovenfor grunnlaget til den enkeltes grad av hyppig kontakt med banken.



Figur 19 & 20 som viser hvor ofte respondenten tar kontakt med banken

Når det kommer til å faktisk kontakte banken var derimot dette noe som 70,1% av respondentene ikke hadde noen problemer med. Denne informasjonen lagt sammen med informasjonen over, kan tyde på at det ikke er problematisk rundt å kontakte banken som er grunnlaget for at folk aldri eller sjeldnere en årlig tar kontakt med banken.

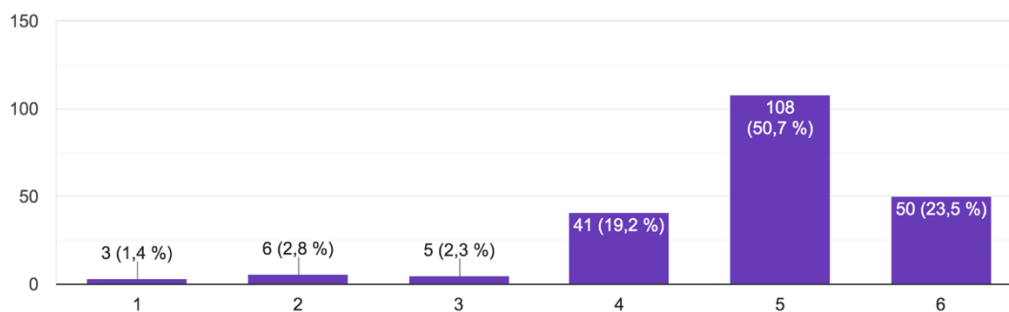
Det kan derimot være interessant å se nærmere på hvilke aldersgrupper som sliter med å ta kontakt med banken. Om lag 15% av aldersgruppen 33-60 år svarte "ja" til at de hadde vansker. For aldersgruppen over 60 år svarte om lag 20% "ja" til samme spørsmålet. En grunn til dette kan trolig være at de eldre gruppene har hatt et forhold til bankene før de digitale løsningene vi har i dag ble implementert. De har lært en bestemt måte å samhandle med banken på, som nå ikke lenger fungerer optimalt. Tallene kan tyde på at når bankene ble mer automatisert hadde disse gruppene som er nevnt over, større utfordringer til å tilpasse seg. De yngre generasjonene (18-33 år) har et annet utgangspunkt rundt digitalisering og bruk digitale tjenester noe som kan ha vært med på å gjøre forståelsen for denne gruppen lettere.



Figur 21 & 22 som viser hvilke av respondenten som har vanskeligheter for å ta kontakt med banken

Respondentene fikk muligheten til å rangere fra 1 til 6 hvor tilfreds de er med egen banks digitale tjenester. I denne rangeringen var 1 det laveste og 6 det høyeste. Det kommer tydelig fram at det hovedsakelig er fire, fem og seks som var blitt valgt av respondentene når det kommer til tilfredshet. Rangeringen har en overvekt på fem med 50,7%. Dette kommer tydelig fram under dette spørsmålet at respondentene er i ulik grad fornøyde med de digitale tjenestene de har tilgjengelig. Det er under 7% av respondentene som ikke er tilfreds med de digitale tjenestene. En slik lav grad av utilfredshet er en positiv pekepinn på at respondentene er tilfreds med de digitale bank tjenestene.

Hvor tilfreds er du med din banks digitale tjenester?  
213 svar



Figur 23: Viser hvor tilfreds respondentene er med bankens digitale tjenester.

Samlet sett viser de innhentede undersøkelsen at digitaliseringen av banktjenester har blitt positivt mottatt av flertallet av respondentene uavhengig av aldersgruppene. Det er derimot noen bekymringer knyttet til tapet av personlig hjelp og tilgang til fysiske filialer. Disse

funnene indikerer behovet for balanse mellom digitalisering og opprettholdelse av personlig service for å imøtekomme ulike kundebehov.

## 5.2 Resultat fra intervjuer

Etter å ha utført tre individuelle intervjuer fra sentrale personer i Sparebank 1 konsernet har vi tilegnet oss informasjon og innsikt. Under skal vi se nærmere på svarene til intervjupersonene.

### 5.2.1 Intervju 1

I intervjuet med intervjuobjekt 1 ble det satt fokus på hvordan endringene til banken har vært for kundene. Det første vi spurte om var hvordan digitaliseringen har endret seg og hva som har vært bra. Her trakk intervjuobjekt 1 frem biometri (finger og ansiktsgjenkjenning) som en veldig bra løsning. Videre forklarte han hvordan digitaliseringen har gjort det enklere for de fleste kundene, men ikke at det er blitt enklere for alle.

Intervjuobjektet mener at digitaliseringen har vært bra men at det kommer til å bli enda bedre og trekker inn KI som kommer til å bli brukt til å lage gode løsninger. Når vi spør om hva som kommer til å skje innen digitalisering i fremtiden svarer han at han er spent på å se hva de fire store aktørene kommer med, med de fire store mener han Google, Amazon, Apple og Microsoft.

På spørsmålet om økt utenforskap svarer objektet at det stemmer at digitalisering har ført til mer utenforskap. Videre hevder objektet at dette er på grunnnet de ulike tjenestenes utforming. Objektet så på det som et viktig element å sørge for å videreutvikle tjenester slik at de ble lettere anvendelige.

Intervjuobjekt 1 hevder personlig at digitaliseringen hjelper med tingene han ikke ønsker å bruke tid på, med andre ord effektiviserer de nødvendige men kjedelige aspektene i livet. Objektet er også fornøyd med sikkerheten rundt digitale tjenester ettersom sikkerhetsansvaret for disse tjenestene er bankens ansvar. Ulempene objektet nevner er økt utenforskap, ting går

fort og folk klarer ikke alltid å henge med. Til slutt nevner objektet også svindel som et stort problem og at flere nordmenn kommer til å bli svindlet på grunn av økt digitalisering.

### 5.2.2 Intervju 2

Det andre intervjuet var med intervjuobjekt 2, fikk vi enda mer innsikt i digitale tjenester og fremtiden innenfor teknologi. I løpet av intervjuet kom det frem at banker har blitt mye mer teknologiske og kan bli sammenlignet med et IT (informasjons teknologi) selskap.

Videre fokuserte vi i intervjuet på hvordan objektet trodde dette påvirket kundene.

Intervjuobjekt 2 syntes at digitaliseringen har slått bra til, men at man har mistet litt nærhet til kundene. Objektet tror at kundene er generelt fornøyde med digitaliseringen, men at noen grupper kan være mer positive og andre mer negative. Når spørsmålet om økt utenforskap blir stilt trekkes det frem at bankene må ta vurdering på om de skal holde på de tradisjonelle kontorene. Det blir videre stilt oppfølgingsspørsmål om hvordan bankene skal ta vare på de som havner utenfor samfunnet, grunnet digitalisering. Til dette svarer intervjuobjekt 2 at han ikke vet hva løsningen er og tror at den gruppen som ikke håndtere digitaliseringen kommer til å «dø ut». Videre snakkes det om fremtiden innenfor digitalisering hvor KI blir et sentralt tema. Intervjuobjekt 2 mener at ved hjelp av KI så kommer systemene man til å se en effektivisering av bankenes systemer. Dette kan for eksempel komme gjennom digitalisering og standardisering av prosesser som f.eks. avdragsfrihet og bedre chatbots. Mulig konsekvens av dette vil være et mindre personlig forhold til banken, noe objektet mener kan være bra for noen kunder og negativt for andre.

### 5.2.3 Intervju 3

Det siste intervjuet ble med intervjuobjekt 3. I intervjuet ble det lagt et fokus på hvordan kostnadsminimering og effektivisering har vært de siste årene. Intervjuobjekt 3 hevder at det har skjedd enorm endring innenfor disse områdene. Det trekkes frem blant annet lånesøknads prosessen som en stor endring. For ikke mange år siden var mye av prosessen fysisk i banken, nå er det derimot nesten bare et tastetrykk på nettsiden. Objektet trekker også frem at tjenestetilbudet har blitt bedre hvor man nå kan få digital rådgivning. Kundene blir

selvbetjente med mobilbank og nettbank. Det er på både godt og vondt sier objektet da noen kunder vil oppleve å havne bakpå.

Når vi spør objektet rundt graden av fornøydhets hos kundene er objektet positivt.

Intervjuobjekt 3 hevder at kundene er fornøyde med digitaliseringen. Det blir videre utdypet at kunden på individnivå er fornøyde, men at generasjonen som er vant med kodebrikke vil slite med nye tjenester slik som BankID appen. Videre blir det her også trukket frem KI som et sentralt verktøy for fremtiden. Intervjuobjekt 3 tror at KI kommer til å snu opp ned på veldig mye, spesielt med tanke på repetitive oppgaver som i dag blir utført av ansatte i bankene.

Videre i intervjuet kommer vi innpå utenforskap i samfunnet, her forklarer objektet at det er negativt at det har blitt et større skille. Objektet hevder at kundene blir mer effektive og tar frem eksemplet av at man nå kan enkelt overføre/betale med et trykk på smarttelefonen. Intervjuobjekt 3 ønsker ikke å legge skjul på at det trolig er flere enn antatt som sliter med digitaliseringen.

Videre blir det satt fokus på det positive med digitaliseringen, her forteller intervjuobjekt 3 at SR-Bank ønsker å være fremtidens bank og trekker fram at Bulder banks forretningsmodell. Bulder er en hel digitalbank og objektet hevder at dette kommer til å være en struktur man vil se mye mer av i framtiden (Bulder, 2024).

Lokalkontorer og plassering er viktig for mange kunder, her nevner objektet at SR-Bank ønsker å ha kontor der folk flest bor og bruker det som begrunnelse på hvorfor SR-Bank ikke har økt i antall kontorer i mindre byer og bygder. Objektet snakker videre om viktigheten med å ha lokalkontor hvor folk kan få rådgivning når det skjer viktige hendelser i livet som dødsfall, første bolig og samlivsbrudd.

Ved oppfølgingsspørsmål om drop-in kontorer så forklarer han at i framtiden vil det bli vanskelig å si om man skal ha eller ikke, men at det er nødvendig med kontorer i storbyene. Objektet forklarer videre at det kommer til å bli en endring i løpet av de kommende årene i strukturen for lokalbankene. Objektet utdyper videre at det kommer alltid til å være kontorer i store byer, men er usikker når det kommer til mindre tettsteder.

Til slutt ønsket vi å få bedre innblikk i SR-Bank sin visjon og målene deres, her utredet intervjuobjekt 3 godt på hvordan de ønsket å bli den største sparebanken i Norge.

Fokusområdene deres kommer til å være om blant annet KI og Chat GPT. Her viste objektet fram hvordan de ansatte i banken enkelt kunne spør egen chatbot (SR-GPT) for å få svar på komplekse spørsmål relatert til jobben deres.

### 5.3 Oppsummering av innhentet data

Resultatene fra både spørreundersøkelsen og intervjuene gir et omfattende bilde av hvordan digitaliseringen har påvirket banktjenestene og kundenes opplevelse. Spørreundersøkelsen avslører en positiv holdning til digitalisering blant respondentene, med høy grad av tilfredshet og lav forekomst av betydelige utfordringer knyttet til teknologibruk. Samtidig peker både spørreundersøkelsen og intervjuene på bekymringer rundt tapet av personlig service der begge undersøkelsene gir uttrykk for at nærheten mellom kunder og bank har blitt svekket. Begge undersøkelses metodene gir også uttrykk for økt utenforskap blir en følge av digitaliseringen. Intervjuene gir også innsikt i bankens egne strategier for å imøtekomme disse utfordringene, blant annet gjennom fokus på innovasjon og tilpasning av tjenester til kundenes behov i en stadig mer digitalisert verden. Det er derimot viktig å bemerke at intervjuobjektene selv hevder at disse strategiene ikke klare å hjelpe alle kundene som er digitalt sårbare.

### 5.4 Nytte-Kostnadsanalyse av SR-GPT

Ifølge årsrapportene som er hentet fra SR-Bank (2024) kan man se fra 2017 til 2023 at SR-Bank har økt IT kostnader med omlag 140 millioner, dette er en betydelig økning i midler som er investert til å utvikle og vedlikeholde av de teknologiske tjenestene som SR-Bank tilbyr (Sparebank 1 SR-Bank, 2024).

I denne nytte-kostanalysen vil det bli sett på SR-Banks implementering av SR-GPT. Det vil bli tatt utgangspunkt i de direkte kostandene. I 2023 implementerte SR-Bank sin egen KI chatbot til å bruke internt i bedriften. Kostnaden for å utvikle denne var på kroner 250 000,- (O. Anda, 2023).

Ifølge Martin (2023) ble det innad i SR-Bank ble det gjort en spørreundersøkelse med 147 respondenter. Av disse hadde 65 på forhånd kjennskap til hvordan denne typen chatbot fungerer (O. Anda, 2023).

Hvis vi antar at dette utvalget representerer resten av bedriften vil man trenge ingen eller minimal opplæring på 44,2% av bedriftens ansatte. Dette på grunn av den tidligere kjennskapen til chatbot applikasjonen.

$$44,2\% = \left( \frac{65}{147} \right) \cdot 100$$

Ifølge teamleder i Sparebank 1 Utvikling Ane Haugvaldstad (2024) er kostnadene per ansatt på IT opplæring på omlag kroner 16 666,-. Denne opplæringen inkluderer opplæring på alle IT-systemer, er beregnet for ny ansatte og tar om lag en uke (Ane Haugvaldstad personlig kommunikasjon, 16 april 2024). En uke tilsvarer 37,5 arbeidstimer.

$$\frac{16\ 666kr}{37,5\ timer} = 444kr\ per\ time$$

Hvis vi ser på denne totale kostnaden og tar en forutsetning av at et system som SR-GPT trenger ca. 2 timer opplæring av de 37,5 totale brukt til opplæring, så vil dette tilsvare 888kr. Grunnen til vi estimerer 2 timer er fordi SR-GPT er et program som ikke nødvendigvis trenger grundig opplæring, men heller prøving og feiling på egenhånd. Vi tar også forutsetning på at alle ansatte trenger samme type opplæring, uavhengig av hvor lenge de har vært ansatt. Med andre ord tar vi en forutsetning på at estimeringen på 888kr gjelder for alle ansatte som trenger opplæring.

Martin som er Head of Innovation i Sparebank 1 SR-Bank omtaler SR-GPT som en hyllevare i intervjuet med finansfokus (O. Anda 2023). Med hyllevare mener han at Chat-GPT tilbyr en standardisert løsning som kan tilpasses enkeltes behov.

Av denne grunn tar vi en forutsetning om at SR-Bank tar i bruk tilbudet som Chat-GPT tilbyr. Dette tilbudet heter Chat-GPT Enterprise (OpenAI, 2023).

Etter samtale med en IT-konsulent Hans Kristian Melby (2024) ble det estimert at en bedrift på omlag 150 brukere har 60 dollar i utgifter i månedlig abonnering per bruker for Chat-GPT Enterprise (Hans Kristian Melby, personlig kommunikasjon, 16 april 2024). For å få dette tilbudet er det 12 mnd. binding. I skrivende stund blir dette omlag kroner 659,- i mnd. per bruker. Det er derimot sannsynlig å anta at SR-Bank med sine 1 711 ansatte har trolig fått et prisanslag som er lavere enn denne summen. Det blir derimot tatt i bruk estimatet på kroner 659,- ettersom det ikke er tilgang på mer presise tall.

Når det kommer til nytte aspektet har vi bare tilgang på den totale summen spart. Denne summen er på kroner 40 000 000,- (Trym Isaksen, 2023). I intervjuet henviser Martin (2024) til forskning som viser at «mennesker sammen med KI blir omtrent 40 prosent mer effektive og at kvaliteten øker med 20 prosent» (O. Anda, 2023, avsnitt 5). Denne informasjonen gir oss en pekepinn på hvor den totale summen på 40 millioner kan ha noe av innsparingene fra. Når en ansatt blir 40% mer effektiv inkluderer dette trolig at ansatte bruker mindre tid på blant annet administrative oppgaver. Dette er også noe Martin gir uttrykk for i intervjuet der han sier at SR-GPT sparer rådgiveren for 15-20 min. Dette frigjør tid for ansatte til å fokusere på mer komplekse eller verdiskapende oppgaver, noe som kan føre til høyere produktivitet innad i SR-Bank, uten behov for å ansette flere.

Økningen i kvaliteten på 20% kan også redusere kostnader der man ser mindre behov for at banken må rette opp feilene som tidligere kunne ha oppstått. Med færre feil å håndtere, kan bankens ansatte bruke mindre tid på å løse problemer og mer tid på å utføre andre oppgaver som kan bidra til virksomhetens vekst og suksess. Dette kan føre til en generell økning i produktiviteten og effektiviteten.

Ved implementering SR-GPT	
Kostnad	Nytte
Utvikling og igangsettelse	Sparer 40 000 000,- årlig



250 000,-	
IT utdanning 1 711 ansatte * 44,2% = 756 ikke nødvendig med opplæring  888,- per ansatt * 955 trenger opplæring = 848 040,-	
Abonnement kostnader (659,- * 1 711 ansatte) = 1 127 549,- mnd. kost  127 549,- mnd. kost * 12 = 13 530 588,- årlig kost	
Implementeringskost: 250 000,- + 848 040,- = 1 098 040,-  Årlig kost: 13 530 588,-  Implementering kost + årlig kost = Sum år 1 = 14 628 628,- Sum år 2 = 13 530 588,-	Sum år 1 = 40 000 000,- Sum år 2 = 40 000 000,-

Kost nytte ratio for implementering av SR-GPT

$$Kost\ Nytte\ Ratio = \frac{Nytte}{Kost}$$

For år 1

$$\frac{40\ 000\ 000kr}{14\ 628\ 628kr} = 2,73$$

For år 2

$$\frac{40\,000\,000kr}{13\,530\,588kr} = 2,69$$

Ettersom det nå har blitt gjort en nytte-kostanalyse av å implementere SR-GPT vil det være naturlig og se på kostnadene ved å ikke implementere SR-GPT. For enkelthetsskyld vil dette være en speiling av informasjonen gitt over. SR-Bank vil uten implementering ha kroner 40 000 000,- mer i utgifter per år. Bedriften vil derimot ikke ha implementeringskosten på kroner 16 168 030,- . De vil også unngå de årlige kostnadene på kroner 13 530 588,-.

Ikke implementere SR-GPT	
Kost	Nytte
	Spart på implementeringskost: 250 000,- + 848 040,- = 1 098 040,-
	Spart på årlig kost: 13 530 588,-
Sum år 1 = 40 000 000,-	Spart implementeringskost + Spart årlig kost =
Sum år 2 = 40 000 000,-	Sum år 1 = 14 628 628,-
	Sum år 2 = 13 530 588,-
<p>Kost nytte ratio for implementering av SR-GPT</p> $Kost\ Nytte\ Ratio = \frac{Nytte}{Kost}$ <p>For år 1</p> $\frac{14\,628\,528kr}{40\,000\,000kr} = 0,37$	

For år 2

$$\frac{13\,530\,588kr}{40\,000\,000kr} = 0,34$$

For å fullføre en nytte-kostanalyse er det sentralt å sammenligne kost nytte ratio for de ulike valgene analysert. Det er ønskelig å velge det alternativet som har den høyeste ratio.

Kost nytte ratio for implementering	Kost nytte ratio for ikke implementering
År 1 = 2,73	År 1 = 0,37
År 2 = 2,69	År 2 = 0,34

I sammenligningen over kommer det tydelig frem at kost nytte ratioen er høyest for implementeringen av SR-GPT. Med andre ord er dette det alternativet som er verdt å gjennomføre. Ved å ta i bruk SR-GPT har de redusert årlige kostnader betraktelig.

Selv om det ikke ble sett på indirekte kostnader i denne analysen er det sannsynlig å anta at også disse vil bli redusert ved implementeringen av SR-GPT. Når produktivitet og kvalitet går opp er dette noe som trolig vil positivt påvirke kundene. En ansatt vil ved økt produktivitet kunne håndtere mer kunder, noe som senke ventetiden for kundene. Ved å øke kvaliteten på arbeid utført vil også dette trolig positivt påvirke kunden. Opplever kunder mindre feil vil dette trolig gjøre at man som kunde er mer positiv og tilfreds med kundeopplevelsen som en helhet.

### 5.5 Nytte-kostanalyse av Chatbots

I denne nytte-kostanalysen vil det bare bli sett på direkte nytte og kost, det vil med andre ord bli sett bort i fra de direkte påvirkningene denne implementeringen har bidratt til.

I 2015 ble det gjennomført en undersøkelse av digital agenda (Jørgen Daviknes, 2021). Her ble det satt opp prislapper for henvendelser til det offentlige. Det blir tatt forbehold at denne informasjon for priser i det offentlige også er lik eller relativt lik prisen gitt i det private markedet. I denne nytte-kostanalysen vil det bli sett på kundeservice chatboten til SR-bank.

Type henvendelse	Kostnad per. Henvendelser i 2015
Brev og e-post	Kr. 110,-
Personlig fremmøte	Kr. 80,-
Tlf. samtale	Kr. 40,-
Selvbetjeningen på nett	Kr. 3,-

For å få dette til riktig kroneverdi per april 2024 vil prisene i 2015 bli lagt på en prisstigning på 32,6%. Dette betyr at 1 krone i 2015, har verdien 1,33 i 2024

Den nye tabellen blir derfor:

Type henvendelse	Kostnad per. Henvendelser i 2024
Brev og e-post	Kr. 146,-
Personlig fremmøte	Kr. 106,-
Tlf. samtale	Kr. 53,-
Selvbetjeningen på nett	Kr. 4,-

I SR-Bank har man siden 2016 tatt i bruk chatbots for å avlaste de ansatte på kundesenteret. Ifølge leverandøren av chatbot tjenesten til SR-Bank tar chatboten 42% av kundesenteret til SR-Bank (Frode Berge, 2021). Martin oppgir at chatbotene tar unna 50 000 henvendelser i måneden ( O. Anda, 2023).

Med disse to informasjonen kildene tar vi forbehold at 50 000 henvendelser er 42% av de månedlige antallet henvendelsene SR-Bank mottar. Med dette regnestykket ønsker vi å finne totalt antall henvendelser. Etter utregningen har vi estimert at banken opplever om lag 119 000 henvendelser i løpet av en mnd.

$$\frac{50\,000}{42\%} = 119\,048$$

Det var vanskelig å finne estimater på hvordan fordelingen mellom de ulike typene henvendelsene er. Av denne grunn tar vi derfor i bruk generell informasjon og inntrykk fra

oppgavens utførelse for å fordele de ulike typene henvendelsene. Dette fører til at de resterende kostnadene som ikke blir dekket av chatboten blir fordelt.

Telefonsamtaler og meldinger får 80% av kostnadene. Disse blir kategorisert sammen ettersom begge krever omtrent samme type utførelse, den største differansen er verbal eller skriftlig kommunikasjon. Deretter blir de resterende 20% fordelt likt mellom oppmøte og brev/e-post. Denne fordelingen mener vi reflekterer den reelle fordelingen av henvendelser. For å fordele kostnader bruker vi den nye prislisen som er gitt over. De ulike månedlige prisene kan bli sett under.

Å ta i bruke chatbot	
Kost	Nytte
<b>58% blir over annen kommunikasjon (69 000 henvendelser)</b>	<b>42% blir tatt av chatbot (50 000 henvendelser )</b>  42% av ca. 119 000 totale henvendelser = 50 000 dekket av chatbot  4,- * 50 000 henvendelser = 200 000,- for chatbot henvendelser
<b>80 % tlf. samtaler og meldinger</b> 69 000,- * 80% = 55 200,-  53,- * 55 200 samtaler på melding eller tlf. = 2 925 600,-	
<b>10% oppmøte</b> 69 000,- * 10% = 6 900	

106,- * 6 900 personer som møter opp = 731 400,-	
<b>10% brev/e-post</b> 69 000,- * 10% = 6 900	
146,- * 6 900 brev eller e-post = 1 007 400,-	
<b>Sum total kost</b> 2 925 600,- + 731 400,- + 1 007 400,- = 4 664 400,- for annen kommunikasjon per mnd.	<b>Sum kost</b> = 200 000,- chatbot per mnd.
<b>Kost nytte ratio for å ha chatbot</b>	
$Kost\ nytte\ ratio = \frac{Nytte}{Kost}$ $\frac{200\ 000}{4\ 664\ 400} = 0,043$	

For å ha noe å sammenligne med vil vi nå ta å se på hva kostnadene hadde vært om man ikke hadde tatt i bruk en chatbot for å avlaste kundesenteret. Etersom det ikke er andre alternativer til chatbot har vi valgt å ikke ta noen form for verdier på direkte nytte.

Det er derimot verdt å påpeke at å fjerne chatbot vil kunne ha en positiv påvirkning på de indirekte faktorene. I dette tilfellet vil man nå snakker med en person fra starten av. Da kan det være lettere å få svar på spørsmål som en chatbot tidligere ikke kunne ha besvart. Dette kan være med på å øke kundeopplevelsen. Det er derimot viktig å påpeke at SR-Bank har muligheten for at kundene kan gå forbi chatboten, slik at man kommer direkte til en kunderådgiver. Så det er trolig ikke en stor nytte som er å finne.

Det vil trolig også medbringe mer kostnader enn det som er tatt med i beregningene. Som nevnt tidligere tar chatboten 50 000 henvendelser i mnd, noe som nå vil bli tatt av ansatte. En slik økning vil trolig føre til at SR-Bank må øke personal kostnadene for kundesenteret betraktelig. Det kan også føre til lengre venting for kundene i f.eks. telefon kø. Dette er en indirekte kostnad som ikke regnes med her, men som trolig vil kunne oppstå.

<b>Å ikke ta i bruk chatbot</b>	
Kost	Nytte
<p><b>Ta i bruk menneskelige kommunikasjon</b> (meldinger, tlf. samtale, møte opp)</p> <p><b>100% blir over annen kommunikasjon</b> (119 000 henvendelser)</p>	
<p><b>80 % tlf. samtaler og meldinger</b> 119 000 * 80% = 95 200</p> <p>53,- * 95 200 samtaler på melding eller tlf. = 5 045 600,-</p>	
<p><b>10% oppmøte</b> 119 000 * 10% = 11 900</p> <p>106,- * 11 900 personer som møter opp = 1 261 400,-</p>	
<p><b>10% brev eller e-post</b> 119 000 * 10% = 11 900</p> <p>146,- * 11 900 brev eller e-post = 1 737 400,-</p>	
<b>Sum total kost</b>	

5 045 600,- + 1 261 400,- + 1 737 400,- = 8 044 400,- for annen kommunikasjon per mnd.	
Kost nytte ratio når man ikke har chatbot	
$Kost\ nytte\ ratio = \frac{Nytte}{Kost}$ $\frac{0}{8\ 044\ 400} = 0$	

<b>Kost nytte ratio for å ha chatbot</b>	<b>Kost nytte ratio for ikke ha chatbot</b>
0,043	0

Når vi sammenligner de ulike kost nytte forholdstallene er det tydelig at det beste valget er å velge å ta i bruk en chatbot.

## 5.6 SWOT – Analyse

I SWOT fremlegge vi en strategisk analyse av bankbransjen, hvordan den generelle bransjen ser ut. Oppgaven vil senere fremlegge spesifikt en SWOT analyse av Sparebank 1, dette for å forstå bedriften bedre. Vi ønsker å vise frem de ulike egenskapene som er knyttet til Sparebank 1.

### 5.6.1 SWOT – Bankbransjen

#### **Styrker**

De aller fleste har et forhold til økonomi og bank. Banker har et godt rykte på seg for å være troverdige, kapitalsterke og drives av folk som samfunnet har tillit til (Joar Grindheim, 2021). Barstad (2004) hevder at selv om man har opplevd nedgangstider og usikkerhet i det økonomiske markedet har man i Norge hatt stor tillit til bankene i forhold til andre land. Lite korrupsjon har bidratt til å opprettholde denne tilliten, som andre land sliter med (Barstad,



2004). Norske banker er de mest kostnadseffektive bankene man har i Europa, dette akkumulerer i at det blir bedre og bedre tilbud og produkter i banken som kommer bankkundene til gode (Johansen & Henrik Andersen, 2024).

### **Svakheter**

Under 3% av respondentene som svarte på vår undersøkelse sier at de møter fysisk opp i banken, dette viser oss at beliggendeheten til banken ikke nødvendigvis betyr så mye til daglige ærend. Lojaliteten til kundene er noe som er vanskelig å kapre i et marked hvor det meste skjer digitalt og det skal lite til for å bytte bank. Økt konkurranse og innovasjon i bankene gjør det mulig å lage et bedre tilbud og produkt enn de konkurrerende bankene (Johansen & Henrik Andersen, 2024). Kunder har muligheten til å foreta bank bytte digitalt ved å benytte seg av et bankbytteskjema.

Et slik digitalt tilbud er trolig med på å senke terskelen for bankbytte, noe som igjen gjør at kunder lettere kan gå til banker med bedre betingelser.

### **Muligheter**

De norske bankene har flere valg å ta i det kommende årene. Digitalisering er et stort moment som er oppe for diskusjon for flere av bankene. Slik som oppgaven har vært inne på tidligere er mulighetene for videre drift av bank med hjelp av digitale tjenester store. Ulike typer chatbots som blir utviklet vil trolig endre måten banken opererer. For eksempel kan henvendelser som blir behandlet av KI bli utført raskere enn rådgiver i banken trolig vil klare. En datamaskin er også operativ hele døgnet, noe som kan bidra til enda større tilgjengelighet og produktivitet. Etersom chatbots ikke er menneskestyrt har de heller ikke åpningstider, dette gjør dem veldig tilgjengelige. Med designerte KI-trenere vil man se at denne utviklingen bare blir bedre og bedre i løpet av årene (E. Lycke , 2021).

### **Trusler**

Vi vurderer truslene til bankbransjen som lave. Svindel er en av få truslene som bankene har, og dette er noe som kan skade både kapitalen og omdømmet til banken. Det er ingen substitutt som er i nærheten av å ta over for den tradisjonelle banken. Det vil alltid være behov for et

samfunn å ha banker. Det er også viktig for samfunnet å ha banker. Moen beskriver at banker hjelper med videre utvikling ved legge til rette for kapital og kreditt, for industri som kan bidra til å investere i lokalsamfunnet (Kari Olrud Moen, 2023).

### ***Oppsummering***

Bankbransjen i Norge har et sterkt fundament preget av tillit og troverdighet, med en anerkjent kapitalstyrke og lav korrupsjon. Innovasjon og konkurransekraft har ført til økt konkurranse og muligheter for å tilby forbedrede produkter og tjenester. Samtidig står bankene overfor utfordringer knyttet til lav kundelojalitet og økende svindelhendelser. Dette er noe som truer både omdømmet og lønnsomheten. Muligheter ligger i potensialet til digitaliseringens og tilpasning til endrede forbruksmønstre. Trusler inkluderer konkurransen fra nye aktører og sikkerhetsrisikoene knyttet til økende digitalisering. Evnen til å omfavne digital transformasjon og opprettholde tillit og sikkerhet vil være avgjørende for bransjens fremtidige suksess.

#### 5.6.2 SWOT – Sparebank 1

Etttersom Sr-Bank er en del av Sparebank 1 alliansen og bankene som er under alliansen bruker de samme digitale tjenestene og brukersnitt, vil nettopp derfor denne SWOT analysen ha hovedvekt på Sparebank 1 som en helhet. På denne måten blir det enklere å analysere mellom hovedbankene i stedet for å kun fokusere på SR-Bank.

#### **Styrker**

Sparebank 1 er en stor bank som har vært en anerkjent bank lenge, med over 200 år i Norge. Sparebank 1 består av 13 forskjellige banker som utgjør Sparebank 1 Alliansen. SR-Bank er en av disse 13 og har 40 lokalkontorer. Dette gjør det mulig for flere i hele Norge for å ha et nært bånd til deres «lokal» bank samtidig som de har «stor-bank fordeler». I Sør-Vest har vi Sparebank 1 SR-Bank og i Nord har vi Sparebank 1 Nord-Norge. Gjennom å ha lokale banker rundt om i landet kan dette bidra til vekst, å øke lojalitet blant kundene. (Sparebank 1, 2024)

Nordea og Handelsbanken er også store banker som har digitale tjenester. Vi kan ikke se at disse bankene har noen konkurransefortrinn over Sparebank 1. Nettbanken og mobilbank

appen til Sparebank 1 er vurdert bedre. I Appstore har Handelsbanken en vurdering på 4,3 og Nordea på 4,5 mens Sparebank 1 sin mobilbank har en vurdering på 4,6. Det er også verdt å bemerke seg at det Sparebank 1 mobilbank er den mest vurderte bank appen i den Norske appstore (Apple, 2024).

Sparebank 1 er den eneste banken i Norge som har kundeservice fra kl 07:00 – 00:00 alle dager i året. Dette gir kunden muligheten til å ringe nesten hele døgnet. Sett i lys av dette, ser vi på Sparebank 1 som en av de fremste innen kundeservice og tilgjengelighet. Dette er naturlig å peke på som en sterk fordel som banken har. Sparebank 1 har også tatt i bruk teknologi som chatroboten “Banki” i SR-Bank og “Sammie” i de fleste andre Sparebank 1 banker. I stedet for å bruke mennesker som bruker lengre tid på å finne informasjon, gjør dette til at kunden kan henvende seg til chat-roboten og derfor få svaret raskere. Dette gjør kundeservicen raskere og banken har muligheten for å håndtere flere henvendelser (Sparebank 1, 2022).

### **Svakheter**

I forbindelse med digitalisering gjør det mulig for banken å gjøre de fleste tjenestene digitale og trenger da ikke flere lokalkontor. Man legger da ned kontorene som ikke er lønnsomme. I 2020 besluttet sparebank 1 Nord-Norge at man skulle legge ned 16 kontorer, der man i noen tilfeller må reise 2-3 timer for å komme frem til banken (Svein Åge Eriksen, 2020). Disse kundene kan derfor mulig gå over til andre banker dersom kundene ikke føler seg tatt vare på.

En annen eventuell svakhet kan være at banken ikke er god nok til å lage et brukersnitt for de som er eldre og sliter med oppdatering av nettsidene. Ifølge rapporten som kommer fra SSB tyder den på at «sannsynligheten for å falle utenfor øker med alderen og er høyest for personer i alderen 71-79 år» (Rybalka et al., 2022, s.13). Personer med lærevansker eller personer som ikke har hatt så mye med digitalisering å gjøre sliter også med å forstå, lære og bruke de digitale tjenestene i banken. De fleste eldre kunder bruker ikke nettbank til annet en betaling, og da blir alle andre tjenestene ubrukt.

### **Muligheter**

Mulighetene for bankene i form for digitalisering kan være at man blir mer kostnadseffektiv. Man effektiviserer mange prosesser. Brukerfeil med f.eks. kodebrikke kan bli løst av chatbots. Kunden kan skrive inn til chatbot den feilkoden som kunden får opp ved f.eks. innlogging eller betaling og feil søke problemet selv derfra. Dette kan bety mindre ansatte, eller omplassering av ansatte til å utføre andre mer verdiskapende oppgaver. Legger man ned kontorer som ikke er lenger lønnsomme, kan bruke kapitalen på for eksempel å utvikle mer nyttig teknologi og KI. På sikt kan Sparebank 1 og SR-Bank spare mye penger på å digitalisere bedriften. Selvstyrte løyper hjelper bankene med å minimere bruken av tid og ressurser på kundeservice henvendelser. Den generelle ventetiden som bankene opplever, vil trolig gå nedover.

Ungdommer og barn lærer seg fra tidlig alder digitale tjenester. Barn og unge kan få Bankid ved 13 år. Dette gjør det også mulig for dem å benytte bankkort til å bruke penger, dermed bruke bankens tjenester fra start. Dette er de kundene som blir viktige å ha med seg videre. Da disse kundene er morgendagens kunder.

### **Trusler**

Det er flere trusler som bankene står ovenfor. Den ene trusselen er at bankene ikke er Norges største. Det er ikke slik at Sparebank 1 har monopol på kundene. Vi vet hvor lett det er å skifte bank og ved hjelp av digitalisering, slik som bankbytteskjema. Vi har også en forståelse for at det er enkelheten av tjenestene i nett og mobilbank som blir benyttet av kundene som står i fokus. Desto lettere og mer forståelig disse tjenestene er, jo mer sannsynlig er det å beholde og kapre nye kunder.

Vi vurderer de største truslene for Sparebank 1 SR-Bank til kundeservice og digitale løsninger. Det er derfor viktig å ha en god nettbank, gode løsninger og et produkt som fungerer. DNB er en av de største bankene man har i Norge. Mobilbanken her er den eneste av de store bankene som er vurdert til 4,7 som er over Sparebank 1 sin på som nevnte 4,6 (Apple, 2024).

### ***Oppsummering***

Sparebank 1 Sr-Bank er en relevant aktør i markedet takket være sin lange historie, landsdekkende tilstedeværelse og gode digitale løsninger. Med over 40 lokalkontorer har de en solid forankring rundt i distriktene. Samtidig står banken ovenfor utfordringer, spesielt knyttet til nedleggelse av filialer og behovet for å tilpasse seg eldre kunders digitale kompetanse. Mulighetene for banken ligger i kostnadsbesparelser gjennom digitalisering av tjenester, som kan gjøre bankdriften mer effektiv og tilgjengelig. Videre er det potensial for vekst blant unge kunder, som er vant til digitale plattformer og kan bli lojale kunder på lang sikt. På en annen side møter Sr-Bank trusler fra konkurrerende banker og endringer i kundenes preferanser. Kundeservicekvalitet og tilgjengelighet er avgjørende faktorer for kundetilfredshet og lojalitet og banken må derfor kontinuerlig forbedre sine tjenester for å møte kundenes behov. Ved å balansere disse utfordringene og mulighetene kan SR-Bank nå ut til flere og dermed øke sin kundebase.

## 6. Diskusjon

Gjennom oppgaven har vi fått innsikt i ulike bankkunders syn på digitalisering av banktjenester. Vi vil utforske fordeler og ulemper som kan oppstå ved å ha et økt fokus på digitalisering av finansinstitusjoner sett fra bankens side. Videre vil vi vurdere hvordan digitaliseringen av finanssektoren kan påvirke samfunnet på individnivå og som en helhet. Gjennom en grundig analyse av denne informasjonen vil vi kunne få et mer helhetlig bilde av konsekvensene og mulighetene knyttet til digitalisering av finansinstitusjoner.

### 6.1 Fordel digitalisering

En stor andel av samfunnet betrakter digitaliseringen som meget bra og en nødvendighet for videre utvikling. I denne bacheloroppgaven er det tydelig at digitaliseringen av banktjenester har brakt med seg en rekke positive aspekter som har forbedret både brukeropplevelsen og effektiviteten i bransjen.

Når man ser på digitalisering av finansinstitusjoner fra SR-Banks perspektiv, har dette hovedsakelig vært en positiv endring. I samtlige intervjuer kommer det fram at digitalisering har ført til store kutt i kostnader til SR-Bank. Dette er direkte knyttet opp til effektivisering av virksomheten. Når man omtaler effektivisering av virksomheten sikter man til blant annet

bruken av programvare som har tatt over roller som tidligere var designerte arbeidsplasser. Tidligere i oppgaven har vi sett for eksempel digitalisering av avdragsfrihet og lånesøknads prosessen. Før var disse eksemplene en manuell prosess som nå er blitt til en automatisert digital tjeneste. Dette er en av grunnene til at SR-Bank har kunnet kutte store kostnader knyttet til personell.

En annen stor kostnadsbesparende faktor for SR-Bank er bruken av chat bots. I nytte-kostanalyse kom det tydelig fram at implementeringen av både SR-GPT og chatboten for kunde service har vært en god investering for SR-Bank. Banken har blitt mer effektiv og økt kvalitetene på tjenestene som tilbys. SR-Bank har spart inn om lag 40 millioner kroner i året gjennom SR-GPT og en rekke årsverk gjennom bruken av kundeservice chatbot. Bruken av disse applikasjonene har trolig også vært med på positivt påvirke kundeopplevelsen, gjennom omtalt effektiviseringen og kvalitets økning.

Disse nevnte faktorene har vært viktige elementer for banken, men det har også vært med på å påvirke kundene positivt. Når SR-Bank sparer penger på å bruke programvare sparer kundene blant annet tid. I intervjuet med intervjuobjekt 3 ble det omtalt at når det kommer til avdragsfrihet, var dette tidligere estimert til å ta rundt 30 minutter. Da måtte kunden ringe inn og snakke med en person som manuelt gjennomgår nøkkelposter rundt kundens personlige økonomi. Dette er som sagt nå automatisert og vurderingen om avdragsfrihet tar kun et par minutter, dette er et godt eksempel på en gode som gjør at kundene sparer tid.

Et annet beskrivende eksempel på tidsbesparende aktiviteter for kunden har kommet gjennom digitalisering er lånesøknad prosessen. Som omtalt tidligere innebar dette et fysisk oppmøte med fysiske dokumenter som skulle dekke alt behov for informasjon som banken trenger. I dag er dette derimot byttet ut med et par tastetrykk på SR-Banks nettside. Dette er trolig med på å positivt påvirke kundens hverdag. Det er ikke lengre slik at et møte med banken og banktjenester skal ta opp store deler av en persons hverdag.

Gjennom digitalisering er det tydelig at betydelig med tid kan bli spart inn for kundene. Det er gjennom dagens digitaliserte samfunn, nå muligheter gjennom programvareløsninger å få gjort ting enklere og raskere enn noen gang før. For SR-Banks kunder vil denne tidsbesparelsen

trolig være med å bidra til at enkelt individer opplever en mer overkommelig samhandling med denne finansielle institusjonen. Det er derimot sannsynlig å anta at tilsvarende eller relativt like tiltak har blitt implementert i andre banker, dette vil føre til at også kundene for andre banker vil oppleve tilsvarende eller relativt like fordeler som SR-Bank kunder.

Følelsen rundt enkelhet og tilgjengelighet blir enda mer styrket hos kundene når man trekker inn oversikten man får gjennom mobil og nettbank. Som man ser i resultatene fra spørreundersøkelsen kommer det fram at hele 50,7% av respondentene gir en vurdering 5 av 6 når det kommer til hvor fornøyde de er med bankens digitale tjenester. Videre er det 23,5% som gir vurderingen 6 av 6. Tar man vurderingen av denne informasjonen sammen med spørsmålet rundt hvordan erfaringen til respondentene er med banktjenester på nett generelt, ser man en tydelig positiv holdning fra respondentene.

Hele 66,5% var fornøyd med banktjenester på nett, og 31,2% syntes tjenestene var helt ok. Dette er en tydelig positiv overvekt av respondenter som har en positiv holdning til digitale bank løsninger. Respondentene på spørreundersøkelsen poengterte at det de verdsatt den helhetlige kontrollen og tilgjengeligheten man oppnår, gjennom tilgang til selvbetjente digitale løsninger. Det var også en del respondenter som direkte omtalte digitalisering som positivt fordi det gjorde møte med banken mer effektiv.

Denne informasjonen hentet inn i spørreundersøkelsen stemmer overens med antagelsen at bankkunder setter pris på å bruke mindre tid på bank relaterte tjenester. Det ble ikke stilt spesifikke spørsmål rundt avdragsfrihet og digitalisering av lånesøknad prosessen i spørreundersøkelsen. Men det er sannsynlig å anta gjennom informasjonen nevnt over at også dette er blitt sett på som positive implementerte tiltak.

## 6.2 Ulemper

Vi har allerede omtalt de positive aspekter som gjelder digitalisering. Det har gjennom vår forskning kommet frem en rekke ulemper som kan oppstå i den digitaliserte hverdagen. For bankene kan det oppstå store kostnader knyttet til digitalisering. Det koster å implementere et

nytt teknologisk system i en stor organisasjon. Samtidig er det også kostnader knyttet til både personal opplæring og vedlikehold av disse tjenestene. Det er derimot ikke en risiko fri investering. Hvordan implementeringen av nye digitale systemer blir tatt imot av kunden er til en viss grad uvisst. Her risikerer man med andre ord å bruke store summer på en implementering som nødvendigvis ikke gir avkastninger.

Svindel er en annen betydelig utfordring ved implementeringen av digitale løsninger i banksektoren. Med økende digitalisering øker også risikoen for cyberkriminalitet og svindel. Dette er noe som i senere tid har økt betydelig (Johannes Myhre Vallesverd, 2024). Dette kan omfatte blant annet phishing-angrep, identitetstyveri og falske nettsider. Som nevnt tidligere ble det utarbeidet en ny lov om bankens ansvar angående svindel av privat og bedrift kunder. Dette vil gi banken et større økonomisk ansvar overfor sine kunder, som igjen betyr at banken selv kan oppleve større tap knyttet til svindel. Svindel rammer ikke bare bankene økonomisk, men kan også ha alvorlige konsekvenser for kundene, inkludert tap av midler og personlig informasjon. Ifølge intervjuobjekt 1, kommer vi til å se økning i antall svindel forsøk i årene som kommer på grunn av økt digitalisering. Dette kan gjøre at kunder i større grad vil oppleve mistillit til bankenes tjenester og føler seg mer utsatt mot svindel. Dette kan i verstefall føre til at enkelte banker mister kunder og inntekter som kundene ville ha bidratt med.

Nedleggelse og nedbemanning er også en negativ konsekvens av digitaliseringen i banksektoren. Som det kommer frem i intervju med intervjuobjekt 3 vil man oppleve et mindre behov for fysisk bemanning når tjenester automatiseres og digitaliseres. Behovet for mindre fysisk bemanning kan føre til nedleggelse av lokale filialer, dette går ut over bankens ansatte som blir sagt opp eller overført til en annen avdeling. Det er også med på å negativt påvirke kundene og lokalsamfunnet. Kundene mister sin lokalbank og det tilbudet som den tilbyr. I spørreundersøkelsen kom det fram at nedleggelse av lokale banker er med på å skape utfordringer for enkelte individer som foretrekker fysiske filialer for å samhandle med banken. Lokalsamfunnet har da ikke mulighet for personlig assistanse for komplekse problemstillinger som kundene ikke klarer å løse selv digitalt. Dette kan føre til en negativ påvirkning av bankens omdømme.



Utenforskap er et annet viktig negativt aspekt ved digitaliseringen av banksektoren. Digitale løsninger kan være praktiske for mange kunder, på den andre siden kan det også skape barrierer for de som mangler tilgang til, eller kompetanse innen bruk av teknologi. Som nevnt tidligere er det over 20% av den voksne norske befolkningen som sliter med digital sårbarhet, årsaken til hvorfor de sliter varierer (Digdir, 2024 ). Det er som nevnt fire viktige aspekter: digital kompetanse, tilgangsbarriere, helserelevante barrierer og forvaltningsbarriere (Digdir, 2024).

I vår spørreundersøkelse kom det frem at de få respondentene som hadde utfordringer med digitalisering sliter med å forstå utformingen til nettsiden til banken. Noe som kan direkte trekkes opp mot funnene til Digdir (2024) nevnt ovenfor på manglende digital kompetanse. Disse respondentene ga uttrykk for at de slet med å forstå hvordan de skal utføre banktjenester digitalt som de tidligere fikk ordnet fysisk i filialer. Det vil trolig være essensielt for bankene å møte kundene på disse aspektene som Digdir (2024) trekker frem for å ivareta kundemassen og forhindre digitalt utenforskap.

Når man opplever å ikke få løst problemene man har, kan dette trolig være med på å øke følelsen av håpløshet for kundene. Dette kan være på grunn av manglende tilgang på fysisk hjelp som nevnt tidligere, men det kan også være på grunn av frustrasjon ovenfor manglende forståelse på digitale løsninger. Kompleksiteten til de nye digitale løsningene kan føre til forvirring og misnøye, noe som også ble omtalt av noen respondenter i spørreundersøkelsen. Dette vil trolig føre til at man gruer seg eller unngår å bruke banktjenester på nett og uten en fysisk filial i nærheten og sannsynlig unngår banktjenester som en helhet.

Samlet sett er det viktig å erkjenne at selv om digitaliseringen av banksektoren kan ha mange fordeler, er det også negative konsekvenser å vurdere. Bankbransjen må ta hensyn til disse utfordringene og jobbe aktivt for å minimere dem gjennom tiltak som investering i sikkerhet, opplæring av ansatte og tilrettelegging for kunder som er sårbare for utenforskap.

### 6.3 Ringvirkninger på samfunnet

Vi har nå sett på både fordeler og ulemper med digitalisering av finansinstitusjoner med valgt case-bedrift. Videre skal vi se nærmere på hvordan det har endret samfunnet og hverdagen til kundene. En helhetlig oversikt over sine økonomiske transaksjoner og muligheten til å utføre handlinger som betalinger, overføringer og investeringer når som helst og hvor som helst, kan føre til at kundene ta mer informerte økonomiske beslutninger. Dette kan bidra til å redusere gjeldsbyrden og øke sparing, noe som igjen kan ha positive ringvirkninger for den generelle økonomiske stabiliteten til samfunnet.

Digitaliseringen av finansinstitusjoner har ført til betydelige endringer i arbeidsmarkedet, med framveksten av nye arbeidsmuligheter innen områder som teknologi, dataanalyse og digital markedsføring. Denne transformasjonen har potensial til å øke brutto nasjonalprodukt (BNP) ved å forbedre effektiviteten i oppgaveløsning og dermed generere økt verdiskaping gjennom innovasjon. Samtidig står vi overfor utfordringer knyttet til tap av tradisjonelle jobber som følge av automatisering og nedleggelse av fysiske bankfilialer. Disse endringene kan potensielt påvirke verdiskapingen negativt, da nedleggelsen av filialer reduserer tilstedeværelsen av finansielle tjenester i lokalsamfunn. Nedleggelse av lokale filialer kan føre til økt arbeidsledighet dersom ansatte blir overflødige, og ikke kan brukes til andre jobber.

Digitaliseringen av finansielle tjenester har redusert geografiske barrierer og gjort det mulig for en bredere del av samfunnet å få tilgang til alle typer finansielle tjenester. Dette har spesielt vært til nytte for innbyggere i fjernliggende områder som tidligere hadde begrenset tilgang til banktjenester. Med utgangspunkt i SWOT-analysen, fremstår det at eksisterer konkurranse blant bankene for å kunne tilby det mest attraktive tjenestene til kundene. Denne konkurransen rundt kapring av markeder er med på å drive innovasjon og forbedrer tilgjengeligheten av finansielle tjenester. Samtidig avdekker SWOT-analysen utfordringer knyttet til digital ekskludering, hvor manglende tilgang til internett eller begrenset digital kompetanse kan føre til at visse grupper blir ekskludert.

Basert på funn i oppgaven kan vi se at Norge har et sterkt fundament preget av tillit og troverdighet, samtidig som korrupsjonsnivået er lavt. De økte regulatoriske tiltakene som

finanslovavtalen fra 2023 bidrar til bedre sporing av finansielle transaksjoner og økt evne til å oppdage økonomisk kriminalitet (Sparebank 1 SR-Bank, 2023). Dette skaper trolig en tryggere og mer pålitelig finansiell infrastruktur, som igjen bidrar til å opprettholde tilliten til bankene og dens rolle i samfunnet.

Digitalisering av finansinstitusjoner har betydelige ringvirkninger for samfunnet. Den økte tilgjengeligheten og brukervennligheten som følger med digitaliseringen, gir kundene muligheten til å ha bedre kontroll over sin økonomi gjennom selvbetjening og økt oversikt. Samtidig står samfunnet overfor utfordringer knyttet til digital ekskludering og økte sikkerhetsrisikoer. Bankene konkurrerer om å tilby de mest attraktive digitale løsningene samtidig som de opprettholder tilliten til kundene gjennom styrket personvern og datasikkerhet, støttet av regulatoriske tiltak. Det er avgjørende å ta hensyn til både fordelene å ulempene for å sikre en vellykket digital transformasjon som gagnar samfunnet som helhet.

## 7. Konklusjon

### 7.1 Oppgavens konklusjon

På den positive siden har digitaliseringen ført til betydelige kostnadsbesparelser, effektivisering av prosesser og økt verdiskapning for bankbransjen. Gjennom nyttekostanalysen vår av SR-Bank kan vi se at investeringer som er knyttet til nye programvare og kunstig intelligens har resultert i store besparelser for banken. Spørreundersøkelsen viser også til disse investeringene bidrar til økt nytte for kundene der respondentene har gitt et positivt uttrykk for den økte tilgjengeligheten og tidsbesparende effekten som digitale løsninger skaper.

Samtidig har implementeringen av nye systemer, som for eksempel digital lånesøknadsprosess, ført til en mer effektiv hverdag for ansatte. Dette har frigjort tid som kan fokuseres på verdiskapning og resultert i betydelige økonomiske fordeler for banken. Kundene har opplevde en mer tilgjengelig bank og mer effektiv kundeopplevelse. Hvor alt fra daglig bruk til investering og sparing tar mindre tid som en følge av den økte bruken av digitale tjenester.

På den andre siden har digitaliseringen også medført ulemper. Et eksempel er nedleggelse av lokale filialer på grunn av redusert behov som har ført til mulig tap av arbeidsplasser og kompetanse knyttet til tradisjonelle bankoppgaver. Dette samsvarer med intervjuobjekt nummer 3 (2024), som nevner at SR-Bank vil ha banker i de store byene og dermed endring i struktur på de lokale bankene. Nedleggelse av nære og lokale banker vil da spesielt gå ut over denne sårbare gruppen. I intervjuene ble det også gitt uttrykk for at man ikke kunne legge til rette for alle og at ettersom den eldre generasjon vil «dø ut» så er disse ikke bankens største problem.

I dagens samfunn sliter omtrent 20% av den voksne befolkningen i Norge med digital sårbarhet. Dette er et tall som understreker behovet for å ta hensyn til de som kan falle utenfor det digitale samfunnet. Bransjenormen som ble innført i 2022 for å verne og hjelpe disse individene. Denne normen er noe vi har fått et inntrykk av at ikke blir tatt seriøst i bankbransjen. Dette samsvarer med artikkelen der direktøren for forbrukerrådet forklarer at banktilbudet for ikke-digitale kunder ikke er godt nok (Hålien, 2022). Vi konkluderer derfor med at det vil være viktig for bankbransjen å ta vare på de ikke-digitale kundene for å minimere sannsynligheten for disse havner utenfor det digitale samfunnet.

Samlet sett viser vår analyse at digitalisering av finansinstitusjoner har vært en nødvendig og verdifull prosess for Sparebank 1 SR-Bank. Det har kommet fordeler i form av kostnadsbesparelser, effektivisering og økt verdiskapning. For å maksimere fordelene og minimere ulempene ved digitalisering, er det viktig at bankbransjen fortsetter å investere i ny teknologi, samtidig som de tar hensyn til de negative konsekvensene for ansatte og lokalsamfunn.

### 7.1 Kritikk til eget arbeid

Hadde vi gjort oppgaven på ny, ser vi at vi kunne ha med andre spørsmål som f.eks. kjønn, utdanning. Vi kunne også valgt å ha spørsmålet om bank som en flervalgsspørsmål ikke som tekstbok. Dette kunne spart oss for en del arbeid, da flere svarte Sparebank 1, Sr-Bank og SR.

(forskjellige måter å skrive samme bank). Alt dette måtte vi manuelt endre slik det passet inn i utformingen for figurene som er vedlagt i oversikten.

Når det kommer til respondenten i spørreundersøkelsen, er det en betydelig overvekt av den nest yngste aldersgruppen. Hvis det hadde vært en jevner fordeling av respondenter i hver enkelt aldersgruppe kunne dette vært med på å bidra til en bedre innsikt og forståelse.

Vi kunne også hatt flere intervjuobjekter. I denne oppgaven innhentet vi data i form av intervjuer fra tre personer. Dette er en mengde som kunne ha vært betydelig større. En økning av intervjuobjekter ville trolig ha gitt oss enda mer informasjon og bredere kunnskap som kunne vært nyttig.

## 7.2 Forslag til videre forskning

Videre forskning kan utforske mulighetene for chatbots og KI på tvers av ulike bransjer og anvendelsesområder, og undersøke hvordan disse teknologiene kan revolusjonere måten bedrifter samhandler med kunder og utfører oppgaver på. Det er også interessant å se på hvordan chatbots og KI kan brukes med andre avanserte teknologier, som for eksempel dataanalyse og maskinlæring, for å skape enda mer avanserte og intelligente systemer.

På bakgrunn av at vi har fokusert på SR-Bank, vil det være interessant å sammenligne våre funn med andre store banker i regionen, som for eksempel DNB. Å utforske om andre banker har lignende resultater vil gi verdifull innsikt i bransjetrender og kundeadferd. Spesielt med tanke på oppkjøpet som DNB gjorde av Sbanken, som har skapt betydelig oppmerksomhet på nasjonal basis. Det vil være verdifullt å utføre en dypere analyse av dette fenomenet. Dette kan innebære å undersøke hvordan sammenslåingen påvirker kundenes oppfatning og bruk av digitale banktjenester, samt hva dette kan bety for konkurransen i markedet.

I denne oppgaven har vi sett på SR-Bank knyttet opp mot privatmarkedet og fokusert på hvordan preferansene til privat personer er. Til videre forskning kan det være interessant å se

på SR-Bank innen bedriftsmarkedet. Her kan det være forskjeller på hvordan prosesser blir utført, eller forskjeller i preferanser hos kundene som kan være interessante å få et innblikk i.

## 8. Litteraturliste

Aleris. (2024, april 25). *Chat med lege*. aleris.no. <https://www.aleris.no/online-lege/chat-med-lege/>

Andersen, E., & Sannes, R. (2018). Er du klar for digitalisering? *Praktisk økonomi & finans*, 34(3), 196–213. <https://doi.org/10.18261/issn.1504-2871-2018-03-04>

- Andersen, G. (2020, april 16). *Kvalitative intervjuundersøkelser—Verktøykassa – for lærere—NDLA*. ndla.no. <https://ndla.no/nb/subject:1:9bb7b427-3f5b-4c45-9719-efc509f3d9cc/topic:1:432baee9-5671-47ce-870e-48b8fc3b7a42/topic:1:1db7bf3c-3a7b-44af-b632-e3c5ff2a999e/resource:201ce19e-7011-49a6-b415-91fd42d5dfe9>
- Apple. (2024, april 19). *App Store*. Apple (Norge). <https://www.apple.com/no/app-store/>
- Bankenessikringsfond. (2023, februar 27). *Hvor mye dekker garantien? - Bankenes Sikringsfond nettsted*. <https://www.bankenessikringsfond.no/om-garantien/hvor-mye-dekker-garantien/>
- Bankid. (2024, april 25). *BankID BankAxept*. <https://bankid.no/bankid-bankaxept>
- Bankid. (2024, april 25). *Hva er BankID?* <https://bankid.no/hva-er-bankid>
- Bankid. (2024, april 28). *Kom i gang med appen*. <https://bankid.no/kom-i-gang-med-appen>
- Bankid. (2024, april 28). *Om oss*. <https://bankid.no/om-oss>
- Barstad, A. C. (2004). Årsaker til korrupsjonsvekst i det postsovjetiske Europa &#8211; et antropologisk perspektiv. *Nordisk Østforum*, 18(04), 473–490. <https://doi.org/10.18261/ISSN1891-1773-2004-04-05>
- Bjørnstad, T. (2022, juli 3). *Digitaliseringen er nådeløs. Vi får håpe at vi ikke trenger bank-ID og passord for å få dø*. <https://www.aftenposten.no/meninger/kronikk/i/1O2JqG/digitaliseringen-er-naadeloes-mange-klar-er-ikke-aa-bruke-teknologien>
- Bolstad, E. (2023). *Nettbank*. I *Store norske leksikon*. <https://snl.no/nettbank>

- Brekke, Ø. W. (2023, februar 23). *Debatt: Digital inkludering med BankID er vårt samfunnsansvar*. <https://finanswatch.no/finanswatch.no>
- Bulder. (2024, april 30). *Om Bulder*. <https://www.bulder.no/om-oss/om-bulder/>
- Bulder. (2024, april 25). *Vi er til for deg som vil ha mindre bank og mer kontroll—Bulder*. <https://www.bulder.no/om-oss/>
- Bærum kommune. (2023, mars 2). *Semi-strukturerte intervjuer*. Bærum kommune. <https://www.baerum.kommune.no/om-barum-kommune/organisasjon/innovasjon/metodebank/behovsfase/semi-strukturerte-intervjuer2/>
- Dalland, O. (2012). *Metode- og oppgaveskriving for studenter* (5.utgave). Gyldendal akademisk. <https://www.akademika.no/studieteknikk/metode/metode-og-oppgaveskriving-studenter/9788205423985>
- Digdir. (2024, april 24). *Brukskvalitet påvirker digital utenforskap | Digdir*. <https://www.digdir.no/sammenhengende-tjenester/brukskvalitet-pavirker-digital-utenforskap/4407>
- Digdir. (2024, april 24). *Kor mange opplever digitalt utanforskap? | Digdir*. <https://www.digdir.no/rikets-digitale-tilstand/kor-mange-opplever-digitalt-utanforskap/4456>
- Digital Norway. (2024, mai 3). *Data*. *Digital Norway*. <https://digitalnorway.com/tema/tema-data/>
- Drageset, S., & Ellingsen, S. (2011). Å skape data fra kvalitativt forskningsintervju. *Sykepleien Forskning*, 4, 332–335. <https://doi.org/10.4220/sykepleienf.2011.0027>



Fauske, K. R. (2024, januar 23). *Å lykkes med digitalisering har blitt for dyrt og komplisert.*

Logistikknyhetene. <https://www.logistikknyhetene.no/post/å-lykkes-med-digitalisering-har-blitt-for-dyrt-og-komplisert>

Fiken. (2024, april 18). *Hva er NIBOR - Fiken forklarer.* <https://fiken.no/forklarer/nibor>

Finansavisen. (2019, januar 5). *Bør du stole på en robot som behandler søknaden din om boliglån? | Finansavisen.*

[https://www.finansavisen.no/nyheter/eiendom/2019/01/boer-du-stole-paa-en-robot-som-behandler-soeknaden-din-om-](https://www.finansavisen.no/nyheter/eiendom/2019/01/boer-du-stole-paa-en-robot-som-behandler-soeknaden-din-om-boliglaan?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAAR3jPRDN2rGCs43968GZarQqd340Pli)

[boliglaan?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAAR3jPRDN2rGCs43968GZarQqd340Pli](https://www.finansavisen.no/nyheter/eiendom/2019/01/boer-du-stole-paa-en-robot-som-behandler-soeknaden-din-om-boliglaan?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAAR3jPRDN2rGCs43968GZarQqd340Pli)

[Y0ScA7W2d0fHOz2JM0LJZTz4UAYo\\_aem\\_AeAVgh6Pry0XJtieU-4xPZavUSKUHMTMaKw7HXv-BN5UGKW9Qkbkn8ms1lgmPTCBgOkmLV2H96XORuEn1Rwnm1EX](https://www.finansavisen.no/nyheter/eiendom/2019/01/boer-du-stole-paa-en-robot-som-behandler-soeknaden-din-om-boliglaan?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAAR3jPRDN2rGCs43968GZarQqd340Pli)

Finansdepartementet. (2023, april 21). *Meld. St. 18 (2022–2023)* [Stortingsmelding].

Regjeringen.no; regjeringen.no.

<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-18-20222023/id2972294/>

Finansdepartementet. (2024, januar 2). *Utlånsforskriften* [Redaksjonellartikkel].

Regjeringen.no; regjeringen.no. <https://www.regjeringen.no/no/tema/okonomi-og-budsjett/finansmarkedene/utlansforskriften/id2950571/>

Finans Norge. (2022, august 31). *Bransjenorm finansiell inkludering.*

<https://www.finansnorge.no/artikler/2022/q3/bransjenorm-finansiell-inkludering/>

Finans Norge. (2023, september 6). *Fakta om norsk banknæring*.

<https://www.finansnorge.no/tema/statistikk-og-analyse/bank/fakta-om-norsk-banknaring/>

Finans Norge. (2024, april 25). *Om arbeidet med svindel*.

<https://www.finansnorge.no/tema/okonomisk-kriminalitet/svindel/om-arbeidet-med-svindel/>

Finans Norge. (2024, januar 16). *Sterk konkurranse i det norske bankmarkedet*.

<https://www.finansnorge.no/artikler/2024/01/sterk-konkurranse-i-det-norske-bankmarkedet/>

Finn-Egil Kaurel. (2023). Kreditt. I *Store norske leksikon*. <https://snl.no/kreditt>

Fjelltveit, I., & Aldridge, Ø. (2016, februar 3). *DNB legger ned 59 filialer – 600 mister jobben*. <https://www.aftenposten.no/okonomi/i/0QBM/dnb-legger-ned-59-filialer-600-mister-jobben>

Frode Berge. (2021, juni 25). *Booster kunde-servicen med kunstig intelligens*.

<https://www.naeringsforeningen.no/nyheter/booster-kunde-servicen-med-kunstig-intelligens/>

Giske, av M. E. (2018, februar 16). *Nå blir det raskere og enklere å søke finansieringsbevis*. DNB Nyheter.

<https://www.dnb.no/dnbnyheter/no/samfunn/digitalt-finansieringsbevis>

Grønmo, S., Dahlum, S., & Svartdal, F. (2024). Validitet. I *Store norske leksikon*.

<https://snl.no/validitet>

Hellevik, O. (2015, mai 18). *Spørreundersøkelser*. Forskningsetikk.

<https://www.forskningsetikk.no/ressurser/fbib/metoder/sporreundersokelser/>

Hillesland, T. (2022, januar 4). *Digitalt utenforskap: - Et samfunnsproblem som ikke blir mindre*. Nettavisen. <https://www.nettavisen.no/5-95-368406>

Holmlund, P. (2022, februar 16). *Automatisering av finansielle prosesser—4 viktige byggesteiner*. Qvalia. <https://qvalia.com/no/automatisering-av-finansielle-prosesser-4-viktige-byggesteiner/>

Hålien, J. (2022, september 12). *Forbrukerrådet: Banktilbudet for ikke-digitale kunder er ikke godt nok*. <https://www.aftenposten.no/norge/i/2B1w8r/forbrukerraadet-banktilbudet-for-ikke-digitale-kunder-er-ikke-godt-nok>

Jebsen, G. (2023, september 27). *De mest populære betalingsløsningene for netthandel i Norge*. 360 Logistics. <https://360logistics.no/de-mest-populaere-betalingslosningene-for-netthandel-i-norge>

Joar Grindheim. (2021, mars 1). *Tillit er den viktigaste verdien i bank og finans*.

<https://finanswatch.no/finanswatch.no>

Johannes Myhre Vallesverd. (2024, mars 20). *Økt sannsynlighet for digital svindel*. Nkom. <https://nkom.no/aktuelt/okt-sannsynlighet-for-digital-svindel>

Johansen, E., & Henrik Andersen. (2024, januar 16). *Sterk konkurranse i det norske bankmarkedet*. <https://www.finansnorge.no/artikler/2024/01/sterk-konkurranse-i-det-norske-bankmarkedet/>

Jonas Hagemansen og Truls Lier. (2023, oktober 26). *Sparebank 1 SR-Bank og SpareBank 1 Sørøst-Norge slår seg sammen*. <https://e24.no/i/l3REB7>

Jørgen Daviknes. (2021, september 9). *Hva koster det deg å ikke digitalisere?*

<https://inspirasjon.acos.no/hva-koster-det-%C3%A5-ikke-digitalisere>

Kaiser, M. (2015, april 27). *Kvantitativ metode*. Forskningsetikk.

<https://www.forskningsetikk.no/ressurser/fbib/metoder/kvantitativ-metode/>

Kari Olrud Moen. (2023, november 1). *Norge trenger sterke banker!*

<https://www.finansnorge.no/artikler/2023/11/norge-trenger-sterke-banker/>

Kjørven, M. E., Kjørven, M. E., & Woxholth, G. (2019, november 18). *Identitetstyveri er en utfordring for rettsstaten*. DN.no.

<https://www.dn.no/innlegg/bankid/svindel/justisdepartementet/identitetstyveri-er-en-utfordring-for-rettsstaten/2-1-707312>

Kommunal- og moderniseringsdepartementet. (2021). *Digital hele livet*. Regjeringen.no.

<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/digital-hele-livet/id2870833/>

Kommunal- og moderniseringsdepartementet, K. (2020). *Nasjonal strategi for kunstig intelligens* [Plan]. regjeringen.no. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nasjonal-strategi-for-kunstig-intelligens/id2685594/>

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *Det kvalitative forskningintervju* (3. utgave). Gyldendal Akademiske.

[https://issuu.com/gyldendalnorskforlag/docs/det\\_kvalitative\\_forskningintervju](https://issuu.com/gyldendalnorskforlag/docs/det_kvalitative_forskningintervju)

Lendo. (2022, oktober 17). *Samtykkebasert lånesøknad | Slik blir lånesøknaden enklere*.

<https://www.lendo.no/forbrukslan/samtykkebasert-lanesoknad/>

Levi Gårseth-Nesbakk. (2023). Finans. I *Store norske leksikon*. <https://snl.no/finans>

Løvås, M. (2023, oktober 3). *1,2 millioner nordmenn har blitt svindlet på nett.*

<https://www.sparebank1.no/nb/sr-bank/om-oss/nyheter/1-2-millioner-nordmenn-har-blitt-svindlet-pa-nett.html>

Mari, L. (2023, desember 11). *Om SpareBank 1-alliansen.*

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

Medby, M. (2024, mars 3). *Flere og flere blir svindlet i Norge: Politiet avdekket svindelmanual på telefon.* VG. <https://www.vg.no/i/KnOvy6>

Meinich, P. (2023). Statsbank. I *Store norske leksikon*. <https://snl.no/statsbank>

Meinich, P., & Munthe, P. (2023). Bank. I *Store norske leksikon*. <https://snl.no/bank>

Milde, S. H. (2023, mars 23). *Eldre frykter digitalt utenforskap.*

<https://www.forskning.no/aldring-partner-sosialantropologi/eldre-frykter-digitalt-utenforskap/2165898>

Nestebank. (2024, april 19). *Banker i Norge (oppdatert 2024).* *Nestebank.no.*

<https://nestebank.no/banker/>

Nordea. (2024, april 25). *Apple Pay—Betalt i butikk med iPhone.*

<https://www.nordea.no/privat/vare-produkter/nettbank-og-mobilbank/apple-pay.html>

Norges Bank. (2022). *Finansiell infrastruktur 2022.* [https://www.norges-](https://www.norges-bank.no/aktuelt/nyheter-og-hendelser/Publikasjoner/Finansiell-infrastruktur---rapport/finansiell-infrastruktur-2022/innhold/)

[bank.no/aktuelt/nyheter-og-hendelser/Publikasjoner/Finansiell-infrastruktur---rapport/finansiell-infrastruktur-2022/innhold/](https://www.norges-bank.no/aktuelt/nyheter-og-hendelser/Publikasjoner/Finansiell-infrastruktur---rapport/finansiell-infrastruktur-2022/innhold/)

- Norges Bank. (2024, april 19). *Priskalkulator*. <https://www.norges-bank.no/tema/Statistikk/Priskalkulator/>
- Norges Bank. (2024, april 19). *Styringsrenten*. <https://www.norges-bank.no/tema/pengepolitikk/Styringsrenten/>
- Nyhus, E. K., & Meinich, P. (2021). Telegiro. I *Store norske leksikon*.  
<https://snl.no/telegiro>
- O. Anda, S. (2023, oktober 23). Sparte 20 minutter per kundemøte. *FinansFokus*.  
<https://www.finansfokus.no/2023/10/23/sparte-20-minutter-per-kundemote/>
- Olguin, B. C. (2022, mars 28). *Britt (77) synes nettbank er vanskelig: – Vi møter nesten ikke mennesker lenger*. <https://frifagbevegelse.no/hknytt/britt-77-synes-nettbank-er-vanskelig--vi-moter-nesten-ikke-mennesker-lenger-6.469.863965.a9ef20c008>
- OpenAI. (2023, august 28). *Introducing ChatGPT Enterprise*.  
<https://openai.com/blog/introducing-chatgpt-enterprise>
- Oskar, S. (2020, oktober 27). *Banker i Norge – en oversikt*. Norsk Kreditt.  
<https://www.norskkreditt.no/banker-i-norge>
- Pettersen, S. A. (2020). Brevgiro. I *Store norske leksikon*. <https://snl.no/brevgiro>
- Rune Pedersen. (2024, april 4). *Renten på boliglån siden 1987*.  
<https://www.smartepenger.no/lan/300-renten-de-siste-arene>
- E. Lycke, R. S. (2021, august 23). *Marthe er personlig trener for en robot!*  
[https://www.sparebank1.no/nb/sr-bank/om-oss/nyheter/Marthe\\_er\\_AI-trener\\_for\\_Banki.html](https://www.sparebank1.no/nb/sr-bank/om-oss/nyheter/Marthe_er_AI-trener_for_Banki.html)

- Rybalka, M., Brevik, R., Fremmerlid, M., & Strøm, K. D. (2022). *Digital sårbarhet: Hvem har høy risiko for å falle utenfor?*
- Sadekov, K. (2023, april 11). *Best Types of Chatbots for 2023|Rule-Based Chatbots vs AI Chatbots*. MindTitan. <https://mindtitan.com/resources/guides/chatbot/types-of-chatbots/>
- Sander, K. (2023, august 14). *Metode*. eStudie.no. <https://estudie.no/metode/>
- Sander, K. (2024, februar 13). *Kvantitativ metode og forskningsdesign*. eStudie.no. <https://estudie.no/kvantitativ-metode-design/>
- Schibsted Partnerstudio. (2017, september 21). *Annonsørinnhold: Digital betaling bidrar til et enklere liv*. <https://www.aftenposten.no/article/snoc-RkVE5.html>
- Schjølberg, I. (2023, mars 9). *Digital livskvalitet – Ingrid Schjølberg – blogg*. <https://www.ntnu.no/blogger/ingrid-schjolberg-ie/2023/03/09/digital-livskvalitet/>
- Seljehaug, J. (2021, mai 11). *Blekeli Spiten: – Kundene stiller økte krav til tilgjengelighet og enkle løsninger*. <https://finanswatch.no/finanswatch.no>
- Bogen, S. E. (2024, april 2). *Sparebank 1 SR-Bank har utvikla en chatrobot som spår tre rentekutt i 2024. Norges Bank er uenige – NRK Rogaland – Lokale nyheter, TV og radio*. <https://www.nrk.no/rogaland/sparebank-1-sr-bank-har-utvikla-en-chatrobot-som-spar-tre-rentekutt-i-2024.-norges-bank-er-uenige-1.16814702>
- Sirnes, E., Stoltz, G., & Nilsen, H. R. (2023). *Nytte-kostnadsanalyse*. I *Store norske leksikon*. <https://snl.no/nytte-kostnadsanalyse>
- Slatto, L., & Tande, C. (2024). *Er det forskjell på unge og eldres forventninger til arbeidslivet?* UIT.no.

<https://munin.uit.no/bitstream/handle/10037/22596/thesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sparebank 1. (2024, april 28). *BankID-appen*.

<https://www.sparebank1.no/nb/bank/privat/daglig-bruk/mobil-og-nettbank/bankid/sparebank1-tar-i-bruk-bankidappen.html>

Sparebank 1. (2022, september 1). *Sammie Chatbot*.

<https://www.sparebank1.no/nb/sorost/privat/info/sammie-chatbot.html>

Sparebank 1. (2023, april 26). *Bankgarantier*.

<https://www.sparebank1.no/nb/bank/bedrift/lan-finansiering/bankgarantier.html>

Sparebank 1. (2024, april 4). *Om oss*. <https://www.sparebank1.no/nb/bank/om-oss.html>

Sparebank 1. (2024, april 19). *Dette lager vi*. <https://sparebank1.dev/dettelagervi/>

Sparebank 1 SR-Bank. (2020, november 26). *Strategiske og finansielle mål*.

<https://www.sparebank1.no/nb/sr-bank/om-oss/investor/arsrapport/om-virksomheten1.html>

Sparebank 1 SR-Bank. (2023, januar 25). *Ny finansavtalelov*.

<https://www.sparebank1.no/nb/bank/privat/info/ny-finansavtalelov.html>

Sparebank 1 SR-Bank. (2023, mars 27). *Vår historie*. [https://www.sparebank1.no/nb/sr-](https://www.sparebank1.no/nb/sr-bank/om-oss/om-banken/var-historie.html)

[bank/om-oss/om-banken/var-historie.html](https://www.sparebank1.no/nb/sr-bank/om-oss/om-banken/var-historie.html)

Sparebank 1 SR-Bank. (2024, mars 18). *Avdragsfrihet*.

<https://www.sparebank1.no/nb/sr-bank/privat/lan/boliglan/avdragsfrihet.html>

Sparebank 1 SR-Bank. (2024, mars 21). *Rapporter*. [https://www.sparebank1.no/nb/sr-](https://www.sparebank1.no/nb/sr-bank/om-oss/investor/finansiell-info/rapporter.html)

[bank/om-oss/investor/finansiell-info/rapporter.html](https://www.sparebank1.no/nb/sr-bank/om-oss/investor/finansiell-info/rapporter.html)



- SR-Bank. (2024, mars 4). *Boliglån for unge*. <https://www.sparebank1.no/nb/sr-bank/privat/lan/boliglan/boliglan-for-unge.html>
- Statistisk Sentralbyrå. (2023, september 22). *Bruk av IKT i husholdningene*. SSB. <https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/informasjons-og-kommunikasjonsteknologi-ikt/statistikk/bruk-av-ikt-i-husholdningene>
- Stavanger Aftenblad. (2015, april 28). *Bruk av mobilbank øker mest*. <https://www.aftenbladet.no/i/v3vOV>
- Svartdal, F. (2023). Reliabilitet. I *Store norske leksikon*. <https://snl.no/reliabilitet>
- Eriksen, S. Å. (2020, september 17). SpareBank 1 Nord- Norge: 35 ansatte berørt av nedleggelse. *FinansFokus*. <https://www.finansfokus.no/2020/09/17/sparebank-1-nord-norge-35-ansatte-berort-av-nedleggelse/>
- Sæbø, J. R., & Gisle, J. (2023). Datalagringsdirektivet. I *Store norske leksikon*. <https://snl.no/datalagringsdirektivet>
- Telenor. (2024, april 19). *Fraud, smishing, vishing, phishing, ransomware*. <https://www.telenor.no/om/digital-sikkerhet/2020/artikler/fraud-smishing-vishing-phishing-ransomware.jsp>
- Tobiassen, M. (2015, november 29). *Nå kommer bankrobotene*. [www.dn.no](http://www.dn.no). <https://www.dn.no/na-kommer-bankrobotene/1-1-5517343>
- Isaksen, T. (2023, oktober 10). *SR-Bank sparer om lag 40 millioner kroner i året på chatbots*. <https://finanswatch.no/nyheter/bank/article16496425.ece>
- Vikøren, B. M., & Pihl, R. (2023). SWOT-analyse. I *Store norske leksikon*. <https://snl.no/SWOT-analyse>

Wæhle, E., Dahlum, S., & Grønmo, S. (2020). Case-studie. I *Store norske leksikon*.

<https://snl.no/case-studie>

Vedlegg

Spørreskjema:

**Hvilken bank bruker du?**

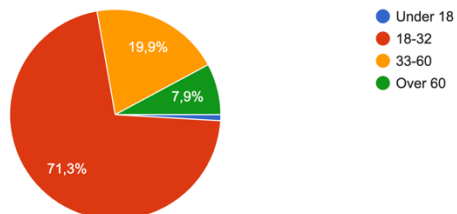
Kortsvarspørsmål

**Hvilken aldersgruppe tilhører du?**

Flervalg: 4 alternativer

Hvilken aldersgruppe tilhører du?

216 svar

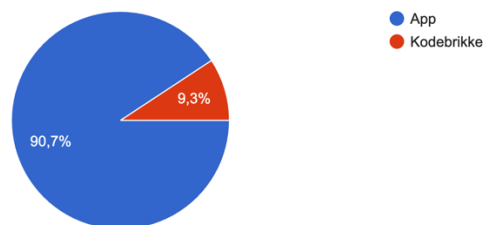


**Bruker du BankID med:**

Flervalg: 2 alternativer

Bruker du BankID med

216 svar

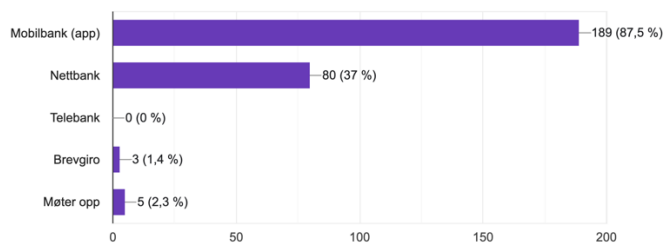


Hvilke tjenester bruker du primært?

Avmerkingsbokser: 5 alternativer

Hvilke tjenester bruker du primært?

216 svar

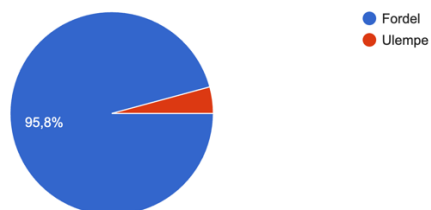


Mener du at digitalisering av banktjenester er en fordel eller ulempe?

Flervalg: 2 alternativer

Mener du at digitalisering av banktjenester er en fordel eller ulempe?

214 svar



Hva er fordelen/ulempen?

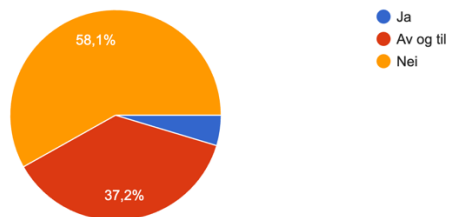
Kortsvars spørsmål

Føler du at du sliter med å følge med på alle tjenestene som blir digitale generelt?

Flervalg: 3 alternativer

Føler du at du sliter med å følge med på alle tjenestene som blir digitale generelt?

215 svar

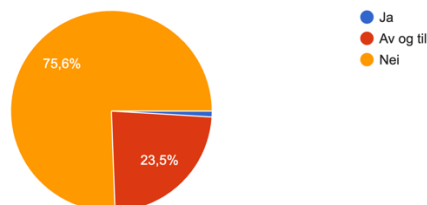


### Har du vansker med digitalisering?

Flervalg: 3 alternativer

Har du vansker med digitalisering?

213 svar

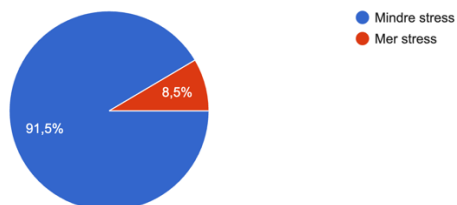


### Har digitalisering ført til mer eller mindre stress for deg i hverdagen?

Flervalg: 2 alternativer

Har digitalisering ført til mer eller mindre stress for deg i hverdagen?

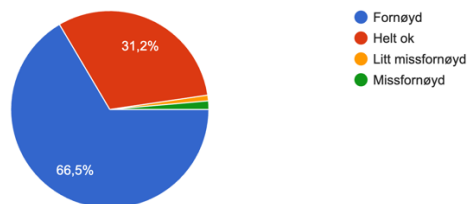
212 svar



### Har du god erfaringer med banktjenester på nett?

Flervalg: 4 alternativer

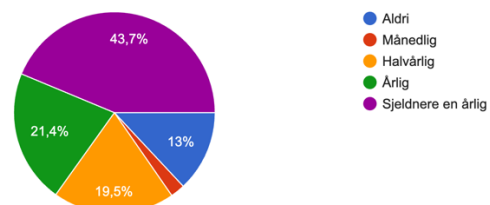
Har du god erfaringer med banktjenester på nett?  
215 svar



### Hvor ofte tar du aktivt kontakt (ringer eller møter opp) med banken din?

Flervalg: 5 alternativer

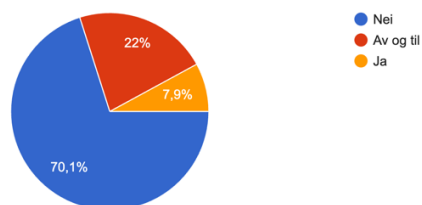
Hvor ofte tar du aktivt kontakt (ringer eller møter opp) med banken din?  
215 svar



### Synes du det er vanskelig å komme i kontakt med banken din?

Flervalg: 3 alternativer

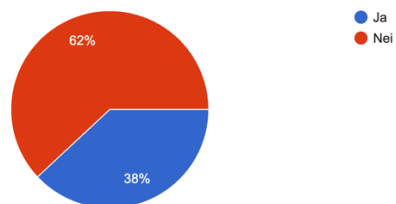
Synes du det er vanskelig å komme i kontakt med banken din?  
214 svar



### Har du opplevd problemer med digitalisering av banktjenester?

Flervalg: 2 alternativer

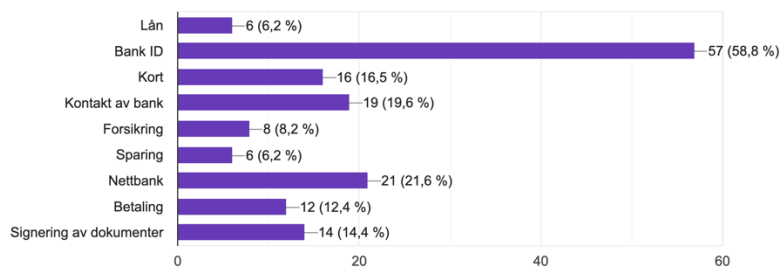
Har du opplevd problemer med digitalisering av banktjenester?  
213 svar



### Hva var problemet du opplevde knyttet til?

Avmerkingsbokser: 9 alternativer

Hva var problemet du opplevde knyttet til?  
97 svar



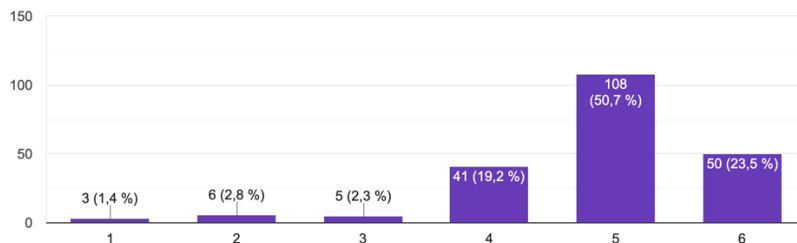
### Hvis ingen av alternativene over, hva var problemet knyttet til?

Kortsvars spørsmål

### Hvor tilfreds er du med din banks digitale tjenester?

Lineær skala

Hvor tilfreds er du med din banks digitale tjenester?  
213 svar

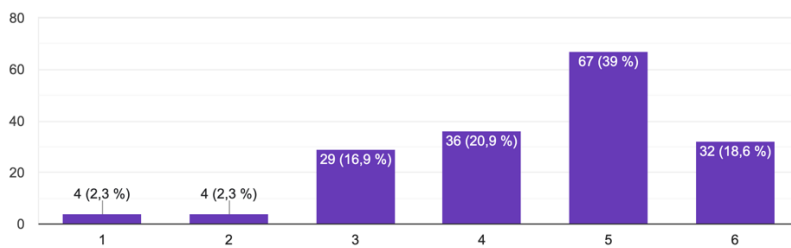


### Hvor tilfreds er du med din banks digitale tjenester rundt lån?

Lineær skala

### Hvor tilfreds er du med din banks digitale tjenester rundt lån?

172 svar

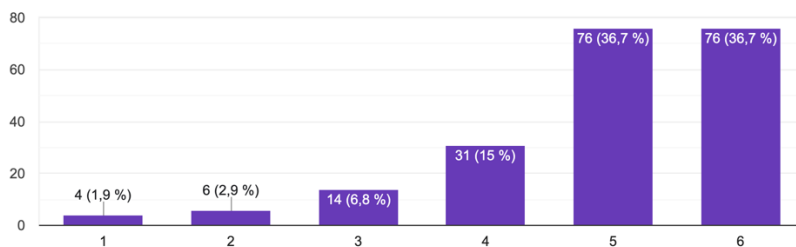


### Hvor tilfreds er du med din banks digitale tjenester rundt kort? (hjælp om kortet ikke fungerer eller lignende)

Lineær skala

Hvor tilfreds er du med din banks digitale tjenester rundt kort? (hjælp om kortet ikke fungerer eller lignende)

207 svar

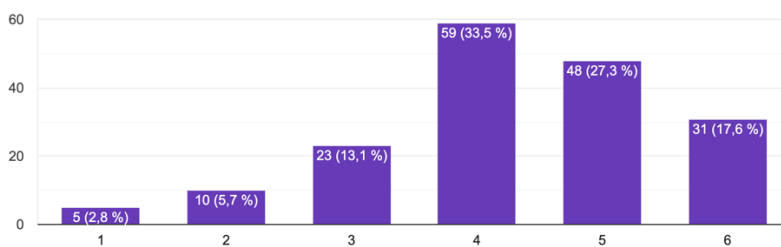


### Hvor tilfreds er du med din banks digitale tjenester rundt forsikring?

Lineær skala

Hvor tilfreds er du med din banks digitale tjenester rundt forsikring?

176 svar



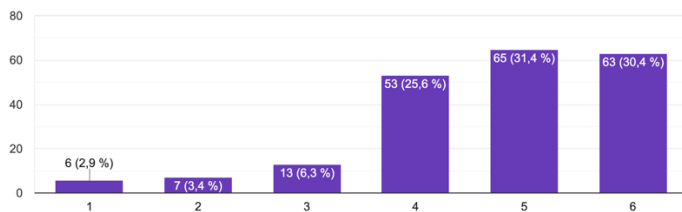
### Hvor tilfreds er du med din banks digitale tjenester rundt sparing?

Lineær skala



Hvor tilfreds er du med din banks digitale tjenester rundt sparing?

207 svar

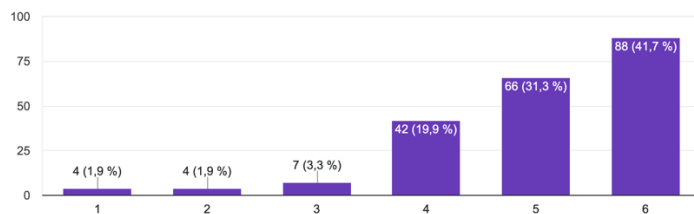


**Hvor tilfreds er du med din banks digitale tjenester rundt betaling?**

Lineær skala

Hvor tilfreds er du med din banks digitale tjenester rundt betaling?

211 svar

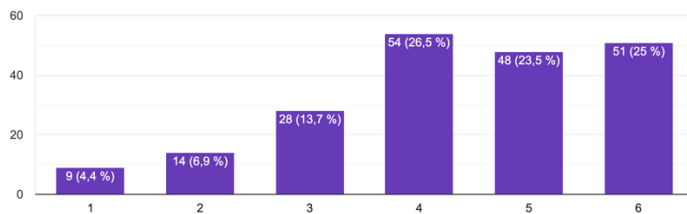


**Hvor tilfreds er du med din banks oppfølging?**

Lineær skala

Hvor tilfreds er du med din banks oppfølging?

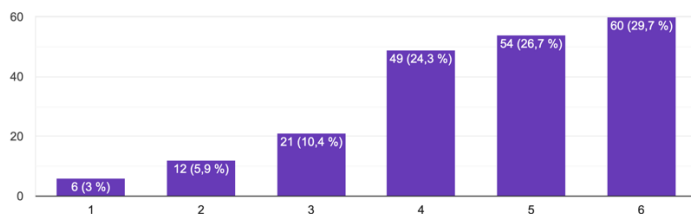
204 svar



**Hvor tilfreds er du med din banks svar tid?**

Lineær skala

Hvor tilfreds er du med din banks svar tid?  
202 svar



## Intervjuguide:

Har du noen tall på hvor mange kunder sparebank 1 har til sammen?

Hvordan har utviklingen for digitalisering vært i de siste 10 årene i forhold til bank?

Hvilke konsekvenser har det vært for banken?

Hvordan ser dere på kundene i forhold til digitalisering, bra/dårlig?

Tror du at kundene er fornøyd med den utviklingen som er knyttet til digitalisering?

Hvordan tror du utviklingen i fremtiden blir, hva kan vi forvente oss?

Er det noen konsekvenser som er knyttet til dette eller ikke?

Tror du at digitalisering har økt til mer utenforskap? (Eldre og vanskeligstilte spesifikt)

Hva tror du er den største ulempen med digitalisering?

Vil du påstå at digitalisering ført til kostnadsminimering for banken? Hvordan?

Penger, har du tall på hvordan arbeidskraften har endret eller flyttet og hvordan dette har endret til økt eller mindre kostnader?

Har du noen tall på midler som har blitt brukt for å digitalisere bankens tjenester?

Har du en kontaktperson i utvikling som kan ha svar på disse spørsmålene eller som kan være interessant for oss å intervju?