



Forord

Denne masteroppgaven markerer vår avslutning av masterstudiet i økonomi og administrasjon ved Handelshøyskolen ved Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU).

Vi fikk inspirasjon til å skrive om tema bank og nyetablerte bedrifter da vi så en problemstilling som forslag på NMBU sine sider som omhandlet markedskonsentrasjon i finansiell sektor og nyetablering. Da vi fant problemstillingen pirret det vår nysgjerrighet med tanke på sammenhengen mellom nedleggelse av bankfilialer i distriktet og foretak i distriktet, da spesielt nyetablerte foretak og nyetablering av foretak.

Vi vil rette en stor takke til vår veileder Olvar Bergland for engasjement, råd, konstruktive tilbakemeldinger og gode innspill. Arbeidet med oppgaven har vært spennende, krevende og lærerikt.

Vi vil også takke respondentene som tok seg tid til å svare på spørreundersøkelsen vår og de bedriftsrådgivere fra ulike banker som satte av tid til at vi fikk gjennomført våre intervju.

Til slutt vil vi takke Karoline, familie og venner for tålmodighet, støtte og oppmuntring.

Eventuelle feil og mangler er forfatterens ansvar.

Norges miljø- og biovitenskapelige universitet.

Oslo, 12.08.15

Kristine Fatland Pedersen

Sindre Hauge Støle

Sammendrag

Formålet med denne masteroppgaven er å se på hvilken effekt fysisk tilstedeværelse av bank har på små- og mellomstore nyetablerte bedrifter i Haugesundregionen. Små- og mellomstore bedrifter i Norge er en viktig bidragsyter til verdiskapningen i Norge. I tillegg til å bidra til verdiskapning bidrar disse bedriftene til nye arbeidsplasser og dermed bosetting i hele landet, ikke bare i og rundt byene. Gründere som skal etablere bedrifter er som oftest avhengig av en eller annen form for ekstern finansiering og kapitalmarkedet spiller derfor en sentral rolle i dette spørsmålet. Det er i denne sammenheng naturlig å se på banker da dette er en av de største kredittinstitusjonene som tilbyr lånekapital og andre tjenester som bedrifter benytter seg av.

Hovedproblemstillingen for denne oppgaven er:

Hvilken effekt har fysisk tilstedeværelse av bank på nyetablerte små- og mellomstore bedrifter i Haugesundregionen?

Underproblemstillingene for denne oppgaven er:

- 1. Bruker nyetablerte aksjeselskap og enkeltpersonforetak banken likt?*
- 2. Hvilke faktorer mener små- og mellomstore bedrifter er viktige når de velger bank?*
- 3. Er det konkurranse mellom bankene i Haugesundregionen?*

Det er begrenset med studier som ser på disse problemstillingene. For å kunne svare på problemstillingen har vi tatt utgangspunkt i eksisterende teori på området og basert oppgaven på en kvantitativ undersøkelse av små- og mellomstore bedrifter i Haugesundregionen, samt gjennomført kvalitative intervjuer med bedriftsrådgivere ved ulike banker i Haugesundregionen.

Funn fra studien tyder på at bedrifter med ulike organiseringsformer ikke bruker banken likt. Vi ser tendenser på at aksjeselskap er mer aktive i sin bruk av banken enn hva enkeltpersonforetak er. Videre kan det se ut som at den viktigste faktoren for valg av bedriftskundeforhold i bank er hvilken bank gründeren hadde som privatperson fra før. Til slutt tyder funn fra undersøkelsen på at det er konkurranse mellom banker både i bykommuner og omland.

På bakgrunn av svarene på underproblemstillingene konkluderer vi med at fysisk tilstedeværelse av bank har en effekt på nyetablerte små- og mellomstore bedrifter i Haugesundregionen og at denne effekten er positiv.

Abstract

The purpose of this thesis is to examine which effect the physical presence of banks on small and medium-sized businesses in the region of Haugesund.

Small and medium-sized businesses in Norway are important contributors to value creation in Norway. In addition to value creation, these firms contribute to employment growth which encourages migration to the countryside, not only in and around cities. Entrepreneurs who establish businesses are often dependent on some form of external financing, and the capital market therefore plays a central role in this question. It is natural to look at banks in this context, as they are the largest credit institution offering capital loan and other services that companies utilize.

The thesis question to be addressed is:

Which effect does physical presence of banks have on newly established small and medium-sized businesses in the region of Haugesund?

Secondary issues for this thesis are:

- 1. Do corporations and sole proprietorships utilize banks similarly?*
- 2. Which factors are important for small and medium sized businesses through customer relationship with the bank?*
- 3. Is there competition between banks in the region of Haugesund?*

There are limited studies looking at these issues. To find answers to the thesis question, we began with existing theories in the field and utilized a quantitative survey of small- and medium-sized businesses in the region of Haugesund. To further our insight, we conducted qualitative interviews with business consultants at various banks in the region of Haugesund.

Findings from the study suggests that firms with different organizational forms do not use banks alike. Evidence indicates corporations are more active in their use of banks than sole proprietorships. Furthermore, it appears the most important factor for bank selection as an entrepreneur is which bank the entrepreneur had as a private person from before. Finally, findings from the survey suggests that there is competition between banks in both municipalities and surrounding areas.

Based on the results of this study, we conclude that the physical presence of banks has an effect on newly established small and medium businesses in the region of Haugesund, and that this effect is positive.

Innholdsfortegnelse

Forord.....	I
Sammendrag	III
Abstract.....	V
Innholdsfortegnelse	VII
Tabelloversikt	IX
Figurliste	X
1. Innledning	1
1.2 Problemstilling	2
1.3 Definisjoner og avgrensning	3
2. Bakgrunn	5
2.1 Innledning	5
2.2 Hva er gründer	5
2.2.1 Fem ulike kategorier av gründere	6
2.2.2 Gründerdrømmen.....	8
2.3 Distrikt.....	9
2.3.1 Sentralitet og periferi	9
2.3.2 Haugesundregionen i midten	12
2.3.3 Medlem i flere konstellasjoner	13
2.4 Næringsliv.....	14
2.5 Bank.....	18
2.5.1 Historie - Bank.....	18
2.5.2 Finansering.....	22
2.5.3 Informasjonsasymmetri.....	23
2.5.4 Markedsandeler	24
2.5.5 Vestlandet.....	24
2.5.6 Tilstedeværelse.....	25
2.5.7 Informasjonsfortrinn.....	28
2.5.8 Konkurransen.....	29
2.5.9 Alder på bedrift.....	30
3. Datainnsamling og metode.....	33
3.1 Forskningsdesign	33
3.2 Kvalitativ og kvantitativ metode	33
3.3 Populasjon og utvalg.....	35
3.4 Svarrespons og bortfallsanalyse	36
3.5 Validitet og reliabilitet	37
3.6 Primær- og sekundærdata	38
3.7 Datainnsamling.....	38
3.7.1 Gjennomgang av intervju.....	38
3.7.2 Gjennomgang av spørreskjema	40
3.8 Oppsummering av kapittel 3.....	42
4. Resultat og analyse.....	44
4.1 Presentasjon av respondenter.....	44
4.1.1 Respons	44
4.1.2 Bedriftens organisasjonsform	45
4.1.3 Årstall bedriften ble stiftet.....	46
4.1.4 Datterselskap eller selvstendig bedrift.....	47
4.1.5 Antall ansatte i bedriften	47

4.1.6	Årlig omsetning.....	48
4.1.7	Bedriftens næring	49
4.2	Bruker aksjeselskaper og enkeltpersonforetak banken og dens tjenester likt?	49
4.2.1	Kundeforhold og tjenester	50
4.2.2	Tilgjengelighet og kommunikasjon.....	56
4.3	Hvilke faktorer er viktige for nyetablerte SMB ved kundeforhold hos banken?	58
4.4	Er det konkurranse mellom bankene i Haugesundsregionen?	64
4.4.1	Avstand og beliggenhet bank-bedrift.....	65
4.4.2	Hva er bedriftenes kommentar til avstand mellom bank og bedrift?	68
4.4.3	Er bedriftene aktive i bankmarkedet ved å bytte/vurdere å bytte bank?.....	70
5.	Drøfting	75
5.1	Bruker nyetablerte aksjeselskap og enkeltpersonforetak banken likt?	75
5.2	Hvilke faktorer mener små- og mellomstore bedrifter er viktige når de velger bank?.....	76
5.3	Er det konkurranse mellom bankene i Haugesundregionen?	77
6.	Konklusjoner.....	80
6.1	Begrensinger	83
6.2	Bidrag til forskning.	84
6.3	Forslag til videre forskning	84
7.	Referanseliste	85
8.	Vedlegg	88
Vedlegg 1:	Oversikt over populasjon og utvalg.....	88
Vedlegg 2:	Spørreundersøkelse	89
Vedlegg 3:	E-post invitasjon	99
Vedlegg 4:	E-post påminnelse	100
Vedlegg 5:	Invitasjon intervju banker.....	101

Tabelloversikt

Tabell 1. Ulike tettsteder i Haugesundregionen etter sentralitet	11
Tabell 2. Andel bosatte i tettbygde strøk i Haugesundregionen	12
Tabell 3. Antall bedrifter i Norge og Haugesundregionen	15
Tabell 4. Landsoversikt over bedrifter og ansatte.....	16
Tabell 5. Næringer i Haugesundregionen, bykommune og omland	16
Tabell 6. Variasjon i utlån og innskudd etter alderen på bedriften	31
Tabell 7. Variasjon i utlån og innskudd etter alderen på bedriften	31
Tabell 8. Distribusjonslogg: distribusjon via e-post	37
Tabell 9. Svar fra e-postdistribusjon.	45
Tabell 10. Organisasjonsform utvalg og respondenter	45
Tabell 11. Bedrifter med ulik organisasjonsform nasjonalt.....	45
Tabell 12. Når bedriftene er etablert.....	46
Tabell 13. Respondentene som er datterselskap, selvstendig bedrift og annet..	47
Tabell 14. Antall ansatte i bedriften.	47
Tabell 15. Bedriftenes årlige omsetning	48
Tabell 16. Ulike næringer utvalg og respondenter opererer i.....	49
Tabell 17. Hvor mange banker bedriftene har kundeforhold i.....	50
Tabell 18. Hvilke tjenester bedriftene benytter seg av i hovedbank.....	51
Tabell 19. Omsetning hos de bedrifter som har lån i hovedbank.....	52
Tabell 20. Tjenester bedriftene benytter seg av i hovedbank og annen bank.....	52
Tabell 21. Om bedriften har fått oppstarthjelp fra banken.	54
Tabell 22. Hvilken type hjelp bedriften har mottatt.....	54
Tabell 23. Om bedriften har fast rådgiver i banken.....	55
Tabell 24. Hvor bedriftsrådgiver er lokalisert.	55
Tabell 25. Hvordan bedriften kommuniserer med banken.....	57
Tabell 26. Hvor ofte noen fra bedriften er innom banken.	58
Tabell 27. Hva som er viktig for bedriftene hos banken.....	60
Tabell 28. Viktighet av ulike faktorer.....	61
Tabell 29. Hvor viktig ulike faktorer er for bedriftene i de ulike kommuner.....	61
Tabell 30. Hvorfor bedriftene har valgt sin hovedbank.....	63
Tabell 31. Hvorfor bedriftene i de ulike kommunene har valgt sin hovedbank..	64
Tabell 32. Hvilken bank bedriften har som hovedbank.....	65
Tabell 33. Oversikt over hvilke kommune bedrifter og banke er registrert.....	66
Tabell 34. Avstand fra bedrift til hovedbank i minutter med bil.....	67
Tabell 35. Avstand fra bedrift til filial. Bykommune og omland.....	67
Tabell 36. Bedriftens vurdering av viktighet til geografisk nærhet til banken....	68
Tabell 37. Geografisk nærhet til banken. Bykommune og omland.	68
Tabell 38. Vurdring av viktigheten av tilgang til betjent bankkontor.....	69
Tabell 39. Viktighet av tilgang til betjent bankkontor. Bykommune og omland..	69
Tabell 40. Hvordan respondentene opplever hovedbankens tilgjengelighet.....	70
Tabell 41. Bedriftene opplever tilgjengeligheten. Bykommune og omland.	70
Tabell 42. Hvor lenge bedriften har hatt kundeforhold hos hovedbank.	71
Tabell 43. Om bedriften har byttet bank.	71
Tabell 44. Om bedriften har vurdert å bytte bank.....	71
Tabell 45. Har byttet eller vurdert å bytte bank. Bykommune og omland.	72
Tabell 46. Bedrifter som har byttet eller vurdert å bytte bank. Kommuner.....	73
Tabell 47. Hvor lett/vanskelig bedriften føler det er å bytte bank.	73
Tabell 48. Hvor lett/vanskelig det føles å bytte. Omland og bykommune.....	74

Figurliste

Figur 1a og b. Bankinnskudd og bedriftsutlån på Vestlandet.....	25
Figur 2. AS og ENK sine opplevelse av ulike faktorer i banken	59
Figur 3. Bedriftens opplevelse av ulike faktorer i banken. By eller omland.	59

1. Innledning

Norge er den 25. største økonomien i verden og har den nest høyeste verdiskapningen per innbygger i verden. Det velfungerende næringsliv er hvor grunnlaget for vår høye velferd blir lagt. (Nærings- og handelsdepartementet, 2012).

Denne masteroppgaven ser på om fysisk tilstedeværelse av bank har effekt på nyetablerte små- og mellomstore bedrifter i Haugesundsregionen eller om fysisk tilstedeværelse ikke har noe å si for disse bedriftene i dagens samfunn. Det har de siste årene vært økt fokus på nyetableringer, innovasjon og gründere både ved finansielle støtteordninger men også forenkling og justering av lovverk og digitalisering av rapportering og offentlig kommunikasjon (Sundvolden-erklæringen, 2013). Temaer om nyetablering og hva vi skal leve av etter at oljen tar slutt har fått stor oppmerksomhet etter at oljeprisen gikk ned og skapte en frykt om at dette vil bli vedvarende. De fleste er enige om at det må komme en omstillingsprosess. Hvert år etableres det nesten 60.000 bedrifter, etter fem år nyetablerte bedrift er de fleste borte (Grünfeld et al., 2015). Det er likevel noen nyetablerte bedrifter som lykkes, og noen av dem lykkes veldig godt. Vi vet at 420.000 personer tjener penger på sin bedrift i Norge. Samtidig ønsker 500.000 andre personer å gjøre det samme, noe vi kan anta at det er flere personer i distriktet som enten har et ønske eller allerede har stiftet egen bedrift (Grünfeld et al., 2015).

Utviklingen i bankene går veldig fort, og det har den teknologiske utviklingen mye av æren for. Trenden er at privatpersoner og bedrifter er mindre avhengig av en filial for å kunne ordne daglig bank- og kassetjenester. Denne trenden har medført at bankfilialer har blitt lagt ned i høyt tempo i Norge, hvor de minst lønnsomme blir kuttet først. De minst lønnsomme er som oftest der hvor det bort færrest personer, altså i distriktene i Norge. Et spørsmål som ikke blir tatt hensyn til av bankene som gjennomfører lønnsomhetsanalyser er hvilke konsekvenser har nedleggelse av bankfilialene i de små kommunene, kanskje den siste filialen i nærområdet, har for nyetablering av bedrifter i distriktet.

Det er også et politisk mål i Norge at hele landet skal kunne tas i bruk og at det skal bli til rette lagt for like muligheter i distriktene som i byene (Sundvolden-erklæringen, 2013). Trenden for distriktene er derimot negativ lesning: flere flytter til storbyene eller mer sentrale strøk og gjør at folketallet i distriktene synker (SSB, 2015). Når folk flytter fra distriktet medfører det et mindre marked for bedrifter i distriktet slik at bedriftene må flytte til et sted det er mer lønnsomt å drive eller den går konkurs. Næringsgrunnlaget blir dårligere jo flere folk som flytter og det blir fører igjen til færre arbeidsplasser, mangel på riktig kompetanse i distriktene, mindre grunnlag for butikker osv.

Det har vært mye endringer i den norske bankstrukturene gjennom årenes løp. De siste årene har antall bankfilialer blitt redusert og ifølge Cicero vil det også i fremtiden legges ned bankfilialer (Odenrud, 2012 I: E24 16.12.2012.). Det blir ofte beskrevet som nødvendig at hvis en bank skal overleve eller bli mer lønnsom så gjelder det å kutte ned på antall filialer og vokse seg større geografisk.

Tilgangen til et betjente bankkontor har blitt, og blir, redusert mer i distriktet enn byene. Dette handler for banken ofte om lønnsomhet og prioritering av ressurser, men har dette noe påvirkning for nyetablerte bedrifter i distriktet? Vi velger i denne oppgaven å se på hvordan nyetablerte bedrifter bruker sin bank. Er nyetablerte bedrifter avhengig av en fysisk bank tilstedeværelse? Er det en fordel? Er det en fordel at flere fysisk banker tilstede? Har teknologien kommet så langt at dette er en ikke problemstilling? Gjennom våre søk fant vi ikke svar på disse spørsmålene og vi har derfor valgt å undersøke dette selv.

1.2 Problemstilling

Med bakgrunn i at det stadig blir færre banker i distriktene i Norge, har vi utformet en hovedproblemstilling og tre underproblemstillinger. Vi har valgt å begrense oppgavens omfang ved å undersøke distriktet i Haugesundregionen. Hovedproblemstillingen er formulert slik:

Hvilken effekt har fysisk tilstedeværelse av bank på nyetablerte små- og mellomstore bedrifter i Haugesundregionen?

Dette er en ganske stor problemstilling som rommer mange variabler. Vi har ikke hatt kapasitet til å se på alle forhold men har valgt å prøve å besvare dette spørsmålet ved å se på tre underproblemstillinger. De tre underproblemstillingene er formulert slik:

- 1. Bruker nyetablerte aksjeselskap og enkeltpersonforetak banken likt?*
- 2. Hvilke faktorer mener små- og mellomstore bedrifter er viktige når de velger bank?*
- 3. Er det konkurranse mellom bankene i Haugesundregionen?*

1.3 Definisjoner og avgrensning

Oppgaven er basert på nyetablerte små- og mellomstore bedrifter (SMB) med utvalg lokalisert i Haugesundregionen. Følgende kommuner er tatt med som Haugesundregionen: Haugesund kommune, Karmøy kommune, Vindafjord kommune, Etne kommune, Sveio kommune, Utsira kommune, Tysvær kommune og Bokn kommune.

Det er ulike måter å definere SMB. Vi har valgt å sette følgende skranker: Bedriftene regnes som nyetablert når de er etablert mellom år 2009 og år 2015, bedriftene har 300 millioner eller mindre i årlig omsetning og 100 eller færre ansatte.

Bedrift er et samlebegrep for organisasjon, foretak, virksomhet og firma. Videre har vi delt bedriftene mellom AS og ENK på grunn av likhet i offentlige lover og av praktiske hensyn. AS omfatter organisasjonsformene aksjeselskap og forening. ENK omfatter organisasjonsformene enkeltpersonforetak, delt ansvar og ansvarlig selskap.

På bakgrunn av sentralitet og periferi har vi delt Haugesundregionen i bykommune og omland. Bykommunene betegner Haugesund kommune og

Karmøy kommune. Omland betegner Vindafjord kommune, Etne kommune, Sveio kommune, Utsira kommune, Tysvær kommune og Bokn kommune.

Videre i oppgaven følger det fem kapitler. Kapittel 2 starter med bakgrunnsinformasjon om gründere, distrikt, næringsliv og bank. Kapittel 3 ser på den metodiske tilnærmingen i denne oppgaven og tar for seg design, datainnsamling, valg av metode, utforming av spørreskjema og intervju. I kapittel 4 blir svar fra spørreundersøkelsen presentert og analysert. I kapittel 5 diskuterer vi funn fra kapittel 4 opp mot intervju av bank. Kapittel 5 består av drøfting av underproblemstillingene og kapittel 6 består av konklusjon, begrensninger i oppgaven og forslag til videre forskning.

2. Bakgrunn

2.1 Innledning

I denne delen av oppgaven vil vi gå gjennom den relevante bakgrunnsinformasjonen som vil danne grunnlag for spørreundersøkelsen, og gi nok informasjon til å danne grunnlag for våre problemstilling

Første underproblemstilling handler om bruken av bank, og om hvordan bedriftene bruker banken. Bruker ulike bedrifter banken likt? Er det forskjell mellom bruken av bank og organisasjonsform? Første underproblemstilling er formulert slik: "Bruker AS og ENK banken og dens tjenester på lik måte?". Bakgrunnsinformasjon til denne underproblemstillingen kommer frem i avsnittene om gründere, næringsliv og bank.

Neste underproblemstilling handler om valget av hovedbank: hvorfor bedriften valgte sin hovedbank, og hvilke faktorer ligger til grunn for dette valget.

Andre underproblemstilling er formulert slik: "Hvilke faktorer er viktige for nyetablerte SMB ved kundeforhold hos banken?". Denne underproblemstillingen bygger på avsnittene om distrikt og bank.

Til slutt ønsker vi å se på antall banktilbydere for SMB i Haugesundregionen. Vi ser på om det er tilfredsstillende banktilbud, om bedriftene har reel valgfrihet og om Haugesundregionen er ett bank-område eller flere. Tredje underproblemstillingen er formulert slik: "Er det konkurranse mellom bankene i Haugesundregionen?" og bygger på bakgrunnsinformasjonen avsnittene om distrikt og bank

2.2 Hva er gründer

Denne oppgaven har hovedfokus mot nyetablerte bedrifters relasjon til banker i Haugesundregionen: har det noe å si for en bedrift om banken er fysisk til stede, har, eller er den teknologiske utviklingen på vei til å erstatte den fysiske tilstedeværelsen av bank på en tilfredsstillende måte for alle typer bedrifter? For å se på utviklingen av bankens fysiske tilstedeværelse og bildet i dag, har vi valgt

å fokusere på nyetablerte bedrifter vi tror har tilgang til å benytte seg av alle de nye mulighetene bankene har investert i. En nyetablert bedrift er avhengig av sin(e) gründere. Når man tar i bruk ordet "gründer" ser folk flest for seg rask voksende bedrifter som har basert seg på en ny og genial idé som vil forandre konkurransebilde innenfor sitt segment. Sannheten er, derimot, at gründer-spennt er alt fra et enkeltpersonforetaket som biinntekt til gründeren med en genial idé (Grünfeld et al., 2015).

I rapporten "Én million ideer – veien fra drøm til å lykkes som gründer - " fra DNB og Menon (Grünfeld et al., 2015) deles gründerne inn i fem ulike kategorier som beskriver kompetanse, idé, bransje, ambisjoner og ønsker.

2.2.1 Fem ulike kategorier av gründerne

I første kategori finner vi innovatøren. Dette er forestillingen folk flest har av en gründer og som man ofte leser om i avisen. Gründeren står gjerne på bar bakke med kun en god idé. Fra denne idéen oppstår et rask voksende selskap som til slutt gjerne blir solgt for en sum som gir stor fortjeneste. (Grünfeld et al., 2015).

I andre kategori finner vi gründeren som har startet selskapet sitt på grunn av bransjens måte å organisere seg på. En måte å organisere seg på kan være at flere i et felleskap har hvert sitt aksjeselskap eller enkeltpersonforetak men jobber sammen på samme kontor. Eksempler på dette kan være tannleger og frisører. I andre bransjer velger man gjerne heller å ha mange gründerne eller medeiere i et AS, og dermed få en høy andel gründerne i forhold til ansatte. Denne formen for organisering kan vi finne i yrker innen bygg og anlegg. (Grünfeld et al., 2015).

I tredje kategori finner vi personer med kreative yrker. Her er det ofte få faste ansettelse, enten på grunn av at det er uvanlig, eller at det er lite hensiktsmessig. Her kan vi dra ut eksempler som skuespillere, kunstnere, fotomodeller, journalister og fotografer. Skuespillere, kunstnere og fotomodeller har i liten grad mulighet for fast ansettelse, i motsetning til journalister og

fotografer hvor fast ansettelse er en mulighet men hvor mange likevel er selvstendige. (Grünfeld et al., 2015).

I fjerde kategori finner vi personer som har en bedrift ved siden av sin ordinære jobb. Her er bedriften på siden av ikke noe man lever av, men mer en hobby eller en bijobb. I denne kategorien finner vi professorer som holder foredrag utenom undervisning eller en DJ som har oppdrag i helger. (Grünfeld et al., 2015).

I femte, og siste, kategori, finner vi personer som tilbyr en tjeneste, enten til privatpersoner eller til bedrift. Det som kjennetegner denne gruppen er at de har liten formell kompetanse, og passer derfor ikke inn i tradisjonelle yrkesgruppene. Her finner vi personer som vasker for private husholdninger, dagammaer eller ufaglærte som hjelper til med små gjøremål i hjemmet. (Grünfeld et al., 2015).

Dette er altså de ulike gründer-kategoriene vi opererer med. I surveyen og resten av oppgaven, vil det være vanskelig å skille de ulike kategoriene og deres bruksmønster av bank, da dette varierer mellom gruppene og innad i gruppene. Vi har i første underproblemstilling skilt mellom AS og ENK. Bakgrunnen for dette er vårt ønske om å se om AS og ENK bruker banken på lik måte. Mange ser for seg at ENK er en bedrift som ikke har en omfattende og ambisiøs drift, mens AS er en plattform hvor dette lar seg gjøre.

Størrelsen på bedriften har også noe å si. I vår definisjon har SMB en omsetning mellom 0 og 300 millioner hvor en ofte kan skille mellom små og mellomstore bedrifter. Definisjonen av SMB varierer. EU sin definisjon av SMB går på at avgrensningen av SMB går ved under 250 årsverk, årlig omsetning på opp til 50 millioner euro og/eller årlig balanse under 43 millioner euro (Nærings-og handelsdepartementet, 2012). Ser vi på statistisk sentralbyrå (SSB), har de ingen entydige avgrensninger for SMB. De har derimot størrelsessegmenter med ulike intervall, for eksempel 1-4 ansatte, 5-9 ansatte osv. (Nærings-og handelsdepartementet, 2012). EU sin grense er interessant siden verden blir stadig mindre. Spesielt blir grensen mellom Norge og resten av Europa stadig

visket ut: når en norsk registret bedrift søker om tilskuddsordninger som finansieres helt eller delvis av EU-midler, brukes EU sine grenser som premisser. (Nærings-og handelsdepartementet, 2012)

I vår oppgave forholder vi oss til det som er mest mulig norsk standard, og bruker avgrensningene forskningsrådet og NHO benytter seg av. Foretak-med mindre enn 300 millioner i omsetning og/eller under 100 årsverk fallen under definisjonen som SMBer. I tillegg har vi satt at for å regnes som en nyetablert bedrift, må den være etablert i mellom 2009-2015. (Nærings-og handelsdepartementet, 2012)

2.2.2 Gründerdrømmen

Det er interessant å se på undersøkelsen gjennomført på vegne av DNB om gründerdrømmer. I rapporten "Én millioner ideer – veien fra drøm til å lykkes som gründer" (Grünfeld et al., 2015) legges det frem tall hvor det kommer fram at 13 prosent av Norges befolkning har en drøm om å starte for seg selv. Ser vi på kjønnsfordelingen, finner vi i undersøkelsen ut at av de som ønsker å starte en bedrift er 55 prosent menn og 45 prosent kvinner. Kjønnene er også forskjellige i forberedelse til oppstart og bransjen. Kvinner er i større grad opptatt av praktiske forhold og eksterne faktorer mens menn har større fokus på forretningside og arbeidserfaring. På næringsiden er flest ønsker for menn innen IT-næring og bygg-og anleggsnæring, mens for kvinner er det helse-og omsorgsnæringen, samt restaurant og kafenæringen (Grünfeld et al., 2015).

Alder spiller også inn i ambisjonene om å starte for seg selv: 25 prosent i aldersgruppen 18-24 ønsket å starte for seg selv, mens kun 13 prosent i aldersgruppen 35-44 ønsket det samme. Ambisjonene synker altså med alderen. Ser vi derimot på faktiske oppstarter er det alderen 35-44 år som dominerer (Grünfeld et al., 2015).

Det blir i snitt stiftet mellom 50.000 og 60.000 selskaper årlig. I dag er det rundt 420.000 personer som er gründere og har inntekt fra den bedriften. 220.000

personer har sin gründerbedrift som heltid, mens 200.000 har gründerbedriften som biinntekt i tillegg til annen jobb (Grünfeld et al., 2015).

Rapporten "Én million ideer - veien fra drøm til å lykkes som gründer", (Grünfeld et al., 2015) viser at av andelen av de som drømmer om å bli gründer, er det kun 9 prosent som har en konkret plan. Videre i undersøkelsen kommer det frem hva gründerne selv ser på som de største hindrene til å starte opp, hvor inntektsusikkerhet er det største hinderet. Det å måtte gi opp en fast og sikker inntekt til stor usikkerhet rundt inntekten, er størst for dem som er etablert (35+) og har ansvar for andre enn seg selv. Ser vi på det nest største hinderet blir det trukket fram mangel på kompetanse til å drive et selskap, dette er de uetablerte (18-24) som trekker frem som sitt største hinder. Ser vi på tilgang til kapital er dette også et viktig hinder ifølge 45 prosent av respondentene i undersøkelsen (Grünfeld et al., 2015).

Vi ser altså at gründerdrømmen er svært variert i størrelse og form, vi ser også at mange ønsker å bli gründerne, men at risiko, inntektsusikkerhet, kompetanse og kapital er store hindringer for at flere tar drømmen videre.

2.3 Distrikt

Fra rapporten "en million ideer – veien fra drøm til å lykkes som gründer" (Grünfeld et al., 2015) kommer det frem at de gründerne som opplever mest suksess holder til i fylker rundt de store byene eller i pendleravstand til de store byene/næringsklyngene. I rapporten blir det trukket fram at grunnen til suksessen gründerne opplever i og rundt de store byene, er at de befinner seg i et stort arbeidsmarked som gjør at de har bedre tilgang på riktig kompetanse og kunder. I tillegg trekkes det frem opphopningseffekter, altså at bedriftene har lettere for å lære av hverandre når den fysiske avstanden er mindre (Grünfeld et al., 2015).

2.3.1 Sentralitet og periferi

Haugesund kommune hadde 31.12.2014 36.518 innbyggere og er handels-og servicesenter for seg selv og et omland på rundt 160.000 mennesker (SSB, 2015; Pedersen, 2011). Karmøy kommune er den største kommunen målt etter antall

mennesker med 42.062 (31.12.2014) og grenser mot Haugesund kommune og Tysvær kommune. Karmøy kommune og Haugesund kommune er derfor sentrum i haugesundregionen og har rundt 3 av 4 arbeidsplasser i regionen (Espelien et al. 2014). Rundt Haugesund kommune og Karmøy kommune har vi Tysvær kommune, Utsira kommune og Sveio kommune. Lengre nord-øst i regionen har vi Bokn kommune, Vindafjord kommune og Etne kommune.

Haugesundregionen består av ulik grad av periferi og sentralitet. Vi har tatt utgangspunkt i definisjonen fra Statistisk Sentralbyrå:

”En hussamling skal registreres som et tettsted dersom det bor minst 200 personer der, og avstanden mellom husene skal normalt ikke overstige 50 meter. Det er tillatt med et skjønnsmessig avvik ut over 50 meter mellom husene i områder som ikke skal eller kan bebygges. Dette kan for eksempel være parker, idrettsanlegg, industriområder eller naturlige hindringer som elver eller dyrkbare områder. Husklynger som naturlig hører med til tettstedet tas med inntil en avstand på 400 meter fra tettstedskjernen” (SSB, 2015).

Det er viktig å få med at tettsteder avgrenses uavhengig av administrative inndelinger og kan gå på tvers av kommunegrenser. Karmøy kommune, for eksempel, rommer flere tettsteder med blant annet Kopervik, Åkrehamn/Vedavågen og Skudeneshavn.

For å analysere om lokalbankens betydning varierer over grad av sentralitet har vi tatt utgangspunkt i den fem-delte sentralitetsindeksen til Norsk Institutt for By- og Regionforskning (Gundersen & Juvkam, 2013). Kommunene tillegges en sentralitetsgrad med utgangspunkt i det største tettstedet i kommunen. Med andre ord, dersom en del av kommunen tilhører et tettsted med høy sentralitet vil kommunen bli kategorisert med høy sentralitet (Grimsby et al. 2013). Vi har likevel tatt med de mindre tettstedene i kommunene under oversikten for å vise sammensetningene i kommunene.

Tabell 1. De ulike tettstedene i Haugesundregionen etter den fem-delte sentralitetsindeksen til Norsk Institutt for By- og Regionforskning (NIBR). (Gundersen & Juvkam, 2013; SSB, 2015; <https://www.ssb.no/befolkning/statistikker/bef tett/aar/2015-04-09?fane=tabell&sort=nummer&tabell=223508>).

Tettsteder. Folkemengde og areal, etter kommune. 1.januar 2014.					
Sentralitet	Regiontype	Kriterier	Tettsted	Kommune	Folkemengde
1	Storbyregioner	Regioner med senter med mer enn 50 000 innbyggere			
2	Mellomstore byregioner	Regioner med senter mellom 15 000 og 50 000 innbyggere	Haugesund	(fordelt på) Haugesund Karmøy	40 631 35 053 5 578
3	Småbyregioner	Regioner med senter mellom 5 000 og 15 000 innbyggere	Kopervik Åkrehamn	Karmøy Karmøy	8 215 7 736
4	Småsenterregioner	Regioner med senter mellom 1000 og 5000 innbyggere	Skudeneshamn	Karmøy	3 364
			Vedavågen	Karmøy	2 968
			Avaldsnes	Karmøy	2 958
			Vormedal	Karmøy	2 738
			Sveio	Sveio	1 392
			Etne	Etne	1 165
5	Periferi	Regioner med senter under 1000 innbyggere	Ølen	Vindafjord	1 077
			Grinde	Tysvær	859
			Skjold	Vindafjord	759
			Ferkingstad	Karmøy	714
			Sandeid	Vindafjord	643
			Aksdal	Tysvær	621
			Skånevik	Etne	596
			Visnes	Karmøy	569
			Vikedal	Vindafjord	457
			Ølensvåg	Vindafjord	444
			Rophus	Sveio	338
			Sandve	Karmøy	313
			Bokn	Bokn	279
			Østenstad	Tysvær	277
			Våre	Karmøy	260
Slåttevik	Tysvær	245			
Nedstrand	Tysvær	240			

Vi ser fra Tabell 1 at Haugesundregionen er typisk by-land, hvor vi finner Haugesund kommune som by og et omland uten byer. Fra Tabell 1 ser vi også at Karmøy befinner seg innenfor kategoriene småbyregion, småsenterregion og periferi. Bosetningen i Karmøy ser ut til å være preget av at sju kommer slo seg sammen i 1965. Kommunen opererer i dag med tre byer: Kopervik, Åkrehamn og Skudeneshavn (Jahren, 2014). Vi ser at Karmøy har seks ulike tettsteder i kategoriene småbyregion og småsenterregion. Vindafjord kommune er også et resultat av mange sammenslåinger i nyere tid, vi ser også at denne kommunen har flere tettsteder med noenlunde lik andel befolkning.

Tabell 2. Andelen av bosatte i tettbygde strøk i de ulike kommunene i Haugesundregionen 01.01.14 (SSB, 2015, <https://www.ssb.no/befolkning/statistikker/befsett/aar/2015-04-09?fane=tabell&sort=nummer&tabell=222367>)

Kommune	Tettbygde strøk	Spreddbygde strøk	Ukjent	I alt	Andel bosatte i tettbygde strøk
Haugesund	35 053	794	252	36 099	97 %
Karmøy	37 016	4 638	99	41 753	89 %
Tysvær	6 001	4 602	65	10 668	56 %
Vindafjord	3 380	5 333	34	8 747	39 %
Etne	1 761	2 283	13	4 057	43 %
Sveio	1 730	3 706	27	5 463	32 %
Bokn	279	583	6	868	32 %
Utsira	0	211	0	211	0 %

Fra Tabell 2 ser vi at Haugesund kommune og Karmøy kommune har en høy andel, med henholdsvis 97 prosent og 89 prosent, bosatte i tettbygde strøk. Tysvær kommune har en andel i tettbygde strøk på 56 prosent, mens resten av kommunene ligger med andel på mellom 30 – 45 prosent andel bosatte i tettbygde strøk. Utsira kommune som også er Norges minste kommune, havner med 0 % andel bosatt i tettbygde strøk.

Ser vi på hvor Norges befolkning var bosatt i 2011 var 57 % av befolkningen bosatt i kommuner med høy sentralitet, 19,6 % i kommuner med moderat sentralitet, 12,1 % i verken sentral eller perifere, 8,9 % i moderat periferi og 2,3 % i høy periferi (Stameland, et al., 2008).

2.3.2 Haugesundregionen i midten

Geografisk sett ligger Haugesund mellom to av Norges største byer, og dermed to av Norges største regioner: Stavangerregionen og Bergensregionen. Stavangerregionen deler også fylke (Rogaland) med Haugesundregionen. Mellom Haugesund, Stavanger og Bergen er det stor avstand i tid som gir et skille, men også det naturlige skillet med at fjordene gjør at man må bruke ferje. Reisetiden mellom Bergen, Stavanger og Oslo vil bli drastisk endret når nye planer med ferje fri E39 og E134 med status som en av hovedveiene mellom øst og vest, nå er oppe til diskusjon i Stortinget. Dette medfører at Haugesundregionen får nye muligheter og trusler å forholde seg til. I rapporten fra Menon "Én region – ett ansikt" (Espelisen, et al. 2014) ble det gjennomført en undersøkelse om hva bedriftene tenker om mulighetene og truslene ved å være lokalisert mellom de store regionene. Bedrifter oppgir her at den største utfordringen de står overfor er mangel på tilgang til ingeniørkompetanse, noe som gjenspeiler den sterke

petromaritime næringsklyngen i regionen som krever mye ingeniørkompetanse. Det nevnes også at det er god tilgang på andre arbeidsgrupper. Bedrifter som ligger mer i randsonen opplyser om at dårlig infrastruktur blir sett på som en trussel for deres bedrifter. Ved bedre tilknytning til Stavanger og Bergen, og slik det ligger an med hovedvei mot Østlandet, blir hovedvei-infrastrukturen bedre. Dette blir sett på som positivt for regionen da dagens transportkostnader blir mindre og regionen blir et knutepunkt for transport mellom de store byene. Bedriftene viser også til at markedet for riktig kompetanse og kunder blir større, noe som oppleves positivt. Et interessant poeng er at ingen uttrykte bekymring for utpendling av kompetanse fra regionen. Bedriftene viser bekymring for trusler ved sentralisering av sentrale offentlige etater og at deres kompetanse forsvinner fra Haugesundregionen. Når det kommer til infrastruktur er også Haugesund Lufthavn Karmøy viktig for bedriftene men her er det uttrykt bekymring for fremtiden og satsningen på direkte ruter innenlands og utenlands som bedriftene og befolkningen har hatt tilgjengelig. Det kan også tenke seg at hvis lokal tilstedeværelse har lite å si for kunder av banken kan flere filialer i Haugesund bli lagt ned når tidsavstanden mellom Stavanger og Haugesund blir drastisk redusert.

2.3.3 Medlem i flere konstellasjoner

Ser vi på medlemskapet til kommunene i Haugesundregionen legger vi merke til at de ulike kommunene er medlem av ulike forvaltningsorganer innen kommune, region og fylke. På fylkesnivå er Etne og Sveio en del av Hordaland fylke, hvor Bergen og Bergensregionen har hovedfokus. Sunnhordalandregionen er også viktig ettersom Sveio og Etne er en del av denne regionen og har blitt mer knyttet etter at infrastrukturprosjektet trekantsambandet ble ferdigstilt mellom Bømlo, Stord og Sveio i 2001. Haugesund og Vindafjord har fått tilgang til samarbeidsrådet for Sunnhordaland som observatører, de kan altså få med seg planene, men ikke påvirke dem (Espelien et al., 2014). Utviklingsfokuset i Rogaland har heller ikke hovedfokus på Haugesundregionen men mot Stavangerregionen som har klart flest innbyggere og størst næring i fylket. Sauda og Suldal, som vi ikke har tatt med i vår oppgave, er også en del av Ryfylke i tillegg til å være med i Haugesundregionen. Vi tar også med at de ulike

kommunene har egne planer for infrastruktur, næring, bosetning osv. Dette gjør at regionen får enda flere variabler som påvirker veksten. Dette medfører at Haugesundregionen ikke blir like sterk og sammenkoblet som det i teorien kunne vært. (Espelien et al., 2014).

2.4 Næringsliv

Vi har valgt å fokusere på SMB segmentet av ulike grunner. De fleste nyetableringer vi har definert som mellom 2009-2015 kommer innenfor SMB segmentet. De bedriftene som eventuelt vokser utenfor SMB segmentet, har enten "skutt gullfuglen", eller har institusjonelle eiere, og planen har hele tiden vært å komme over SMB segmentet. Tall fra SSB (2015) viser at 99 prosent av antall bedrifter i Norge er innenfor vår definisjon av SMB bedrift når det kommer til antall ansatte. De fleste banker tilbyr kundeforhold til SMB, mens de store bedriftene som oftest kun har kundeforhold til forretningsbanker og nasjonale sparebanker. SMB har ofte ikke egne ansatte med fokus mot banken og dens tjenester og er derfor avhengig av å ha et annet forhold til banken enn det store bedrifter har. Spesielt mindre bedrifter og nyetablerte bedrifter har mindre verdier og fartstid å vise til når man søker lån osv. hos en bank (SSB, 2015). Det er derfor her interessant å se hvilke faktorer som nyetablerte bedrifter prioriterer/ønsker ved valg av hovedbank.

Vi har valgt å ta med flere typer bedrifter i Haugesundregionen for å danne et helhetlig bilde av samhandlingen mellom oppstartbedrifter og banker. Det betyr at vi ikke kun tar med det operative næringslivet som primærnæring, bygg og anlegg osv., men også finanserings og investeringsbedrifter. Vi har sett på ulike former for å organisere seg på som for eksempel aksjeselskap (AS), delt ansvar (DA), enkeltpersonforetak (ENK), ansvarlig selskap (ANS) og samvirkeforetak (SA). Vi har heller ikke satt en begrensning på hvor mange eiere som står bak bedriften. Vi har bevisst ikke satt noen begrensinger på at bedriften er kun en biinntekt eller hobbyprosjekt for eier, men heller prøvd å få med mangfoldet som er beskrevet i starten av teksten. Vi har derimot, som definisjonen krever, satt et tak på under 100 ansatte (Grimsby et al. 2013).

Tabell 3. Antall bedrifter i Norge og Haugesundregionen i 2015 med antall ansatte som parameter. (SSB (2015) <http://ssb.no/bedrifter>; <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/Define.asp?subjectcode=&ProductId=&MainTable=BedrSekt&nvl=&PLanguage=0&nyTmpVar=true&CMSSubjectArea=virksomheter-foretak-og-regnskap&KortNavnWeb=bedrifter&StatVariant=&checked=true>).

	Norge		Haugesundregionen	
	Antall virksomheter	Prosent	Antall virksomheter	Prosent
Ingen ansatte	337 342	61,6 %	6505	62,1 %
1-4 ansatte	114 556	20,9 %	2050	19,6 %
5-9 ansatte	40 645	7,4 %	821	7,8 %
10-19 ansatte	28 087	5,1 %	536	5,1 %
20-49 ansatte	18 146	3,3 %	396	3,8 %
50-99 ansatte	5 372	1,0 %	117	1,1 %
100-249 ansatte	2 400	0,4 %	44	0,4 %
250 ansatte og over	684	0,1 %	10	0,1 %
Alle størrelsesgrupper	547 232	100,0 %	10479	100,0 %

I følge statistisk sentralbyrå var det, 01.01.15, 547.232 bedrifter i Norge (SSB, 2015). I Tabell 3 over ser vi en oversikt over hvordan disse er fordelt på antall ansatte. I Norge kan vi se at de fleste bedrifter har ingen ansatte, noe som betyr at det er et holdingselskap, hobbyprosjekt eller kun eier som jobber i bedriften. Det er også interessant å se at over 99 prosent av alle bedrifter i Norge faller inn under vår definisjon om antall ansatte i en bedrift for at det skal kalles SMB, noe som viser viktigheten av fokuset på SMB. Når vi sammenligner Norge mot Haugesundregionen ser vi at den prosentvise størrelsen i de ulike kategoriene er relativt like, med små feilmarginer. Haugesundregionen har 108.905 innbyggere. Ser vi dette antall innbyggere i regionen i forhold til antall bedrifter i regionen, gir dette for hver 10 personer er det 1 bedrift. Gjør vi samme øvelse på Norge finner vi ut at det er 9,5 personer per 1 bedrift. Vi ser at per person har Haugesundregionen mindre andel bedrifter enn resten av Norge.

Tabell 4. Landsoversikt over bedrifter og ansattes prosentvise fordeling etter sentralitet etter hvilken næring de opererer i. (Stameland et al. 2008).

Bransjer, %-fordeling på sentralitet 1992-2005:	Sentralitet					
		1	2	3	4	5
Jord/skog-bruk	Selskaper	41,7	22,3	21,3	11,8	2,9
	Ansatte	40	19,7	20,2	16	3,3
Fiske/fangst	Selskaper	12,7	17,8	17	31,1	21,4
	Ansatte	6,6	25	19	27,5	21,6
Fiskeoppdrett	Selskaper	23,2	10,4	21,3	23	22,2
	Ansatte	53,3	5	8,7	14,8	17,8
berg/petroleum	Selskaper	59,2	14,2	9,9	12,1	4,7
	Ansatte	81,5	9,8	1,6	2,9	2,7
Landsbruksbasert	Selskaper	43,4	21,1	14,7	16,1	4,6
	Ansatte	60,7	14,1	8,9	10,8	1,9
Fiskeforedling	Selskaper	21,4	19,9	15,2	28,8	14,6
	Ansatte	31,7	15,7	7,2	38,3	7
Skips/båt-bygging	Selskaper	35,8	28,2	16,8	13,4	5,8
	Ansatte	70,6	11,4	9,9	4,8	1,3
Industri	Selskaper	56,6	19,7	11,5	9,7	2,7
	Ansatte	60,7	23,5	7,8	6,5	1,4
Kraft	Selskaper	42,7	18,3	15,6	17,6	5,8
	Ansatte	55,9	15,6	14,9	11,1	2,4
Bygg/anlegg	Selskaper	55,6	18,9	12,6	10,3	2,7
	Ansatte	61,4	16,6	10,6	9,1	2
Varehandel	Selskaper	58,1	19,9	11,2	9,1	1,7
	Ansatte	61,6	18,7	10,2	7,9	1,3
Hotell m.v.	Selskaper	23,8	15,9	17,8	31,8	10,8
	Ansatte	42,2	12,6	14,6	26,1	4,3
Resturanter	Selskaper	57,1	19,7	11,7	9,7	1,8
	Ansatte	67,6	16,7	8,3	6,4	0,9
Transport	Selskaper	56,6	18,6	11,4	10,1	3,2
	Ansatte	74	12,1	5,2	6	2,4
Eiendomsdrift	Selskaper	64,3	17,9	9,4	7,1	1,3
	Ansatte	71,1	15,3	6,8	5,8	0,6
Databehandling	Selskaper	70,9	15,4	7,4	5,2	1,1
	Ansatte	83,4	9,1	4,2	2,6	0,7
Off. Administrasjon	Selskaper	60,8	16,7	11,2	9,5	1,8
	Ansatte	72,2	14,2	6,8	5,8	0,8
Totalt	Selskaper	59,5	18,4	10,7	9	2,3
	Ansatte	68,9	16,1	8,5	8,6	3,8

Tabell 4 ovenfor finner vi at de fleste bedrifter og ansatte er lokalisert i storbyregioner. Den største prosentvise næringen i periferi område handler om fisk i ulik grad og hotellnæringen får også høy prosentvis andel.

Tabell 5. Fordelingen mellom næringer i Haugesundregionen, bykommune og omland etter antall bedrifter innenfor gitt næring. Tall fra 2014. (SSB 2015, <https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectTable/hovedtabellHjem.asp?KortNavnWeb=bedrifter&CMSSubjectArea=virksomheter-foretak-og-regnskap&StatVariant=&PLanguage=0&checked=true>)

	Haugesundregionen	Bykommune	Omland
Primærnæring	15 %	6 %	33 %
Industri og Bergverk	5 %	5 %	5 %
Utenriks sjøfart og rørtransport	0 %	0 %	0 %
Bygg, anlegg, kraft og vannforsyning	15 %	14 %	16 %
Hotell og restaurant drift	3 %	3 %	2 %
Varehandel	14 %	17 %	8 %
Transport ellers, post og telekom.	7 %	8 %	5 %
Omsetning og drift av fast eiendom	11 %	12 %	7 %
Tjenesteyting ellers	26 %	30 %	20 %
Forretningsmessig tjenesteyting	4 %	5 %	4 %

Tabell 5 over viser hvordan antall bedrifter fordeler seg etter næring i bykommune og omland. Vi ser at varehandelen, tjenesteyting ellers og omsetning og drift av fast eiendom, har en større andel bedrifter i bykommune enn generelt i regionen. Hotell og restaurantdrift, industri og bergverk, bygg, anlegg, kraft og vannforsyning og forretningsmessig tjenesteyting holder seg på omtrent samme nivå. Omlandet er derimot klart størst på primærnæringen.

Haugesundregionen har hatt en økning i verdiskapning med 66 prosent fra 2004 til 2012 mens sysselsetningen økte i samme periode med 27 prosent. Gapet mellom verdiskapningen og sysselsetningen tyder på produktivitetsvekst i regionen. Den største næringen i regionen er den petromaritime næringen. Fra den petromaritime næringen kom hele 50 prosent av verdiskapningsveksten og 36 prosent av sysselsetningsveksten. Denne veksten må sees i sammenheng med norsk næringslivs generelle vekst. Tall fra Maritimt Forum for Haugalandet og Sunnhordaland viser at den maritime næringen på Haugalandet og i Sunnhordland hadde en omsetning på 52 milliarder kroner i 2014, noe som representerte en økning på 4 milliarder kroner mer enn i 2013. Ser vi på Haugesund hadde de en reduksjon i omsetning på 2,7 milliarder kroner og endte på 12,9 milliarder kroner i 2014. Dette ga også utslag i sysselsettingen i den maritime næringen som gjorde at 1.000 jobber forsvant, og i utgangen av 2014 var det 6.014 arbeidsplasser igjen. Totalt innenfor forumets nedslagsfelt, Sunnhordaland og Haugalandet, var det 17.297 arbeidsplasser og i Haugesundregionen 10.300 sysselsatte i den petromaritime næringen i 2012 (Espelien et al., 2014; Haugesund Sparebank, 2015).

I februar 2014 annonserte Statoil en omfattende spareplan for både investeringer og vedlikeholdsarbeid i Nordsjøen, noe som har påvirket Haugesundregionen negativt mens landindustrien med Hydro i førersetet har opplevd oljefallet og valutakursfallet som noe positivt. De to største næringene i Haugesundregionen er den petromaritime og bygg og anlegg. Den petromaritime næringen er til stede i Haugesund kommune, Karmøy kommune, Vindafjord kommune og Tysvær kommune, og er den klart største næringen i regionen. Tall fra 2012 viser at denne næringen omsatte for 12 milliarder, noe som tilsvarer 50

prosent av verdiskapningen i regionen. Bygg og anlegg ligger i de mindre kommunene, dette kommer av at den er arealintensiv. En annen forklaring på at bygg og anlegg er den største næringen i de mindre kommunene er at eieren registrer bedriften sin der de bor istedenfor i den kommunen hvor de kanskje har mest arbeid (Haugesund Sparebank, 2015; Espelien et al., 2014).

Det er viktig å trekke frem at de to største næringene i Haugesundregionen er konjunkturavhengige. Vi har sett det siste året hvor avhengig den petromaritime næringen er av verdensøkonomien og oljeprisen mens bygg og anlegg har sitt marked lokalt hvor omtrent 40 prosent av oppdragene kommer fra det offentlige. Disse oppdragene er ofte det første offentlige institusjoner velger å utsette eller avlyse når de må stramme inn sine egne budsjetter. Som gründer betyr svingningene risiko, men også muligheter. (Espelien et al., 2014)

2.5 Bank

2.5.1 Historie - Bank

Norges bank ble etablert i 1816, med hovedkontor i Trondheim og avdelingskontorer i Oslo, Bergen og Kristiansand. Før den tid drev velstående personer bankier-virksomhet. Den første bankier-virksomheten som ble etablert var Christiania i 1809, dette var før det var etablert forretningsbanker. De første forretningsbanker ble stiftet i 1848 under Christiania Creditkasse og deretter ble blant annet Bergens Privatbank i 1855 og den Norske Creditbank i 1857 etablert. Norges første sparebank, Christiania Sparebank, åpnet i 1922 og var et filantropisk prosjekt fra borgerskapet. Hensikten var at en skulle hjelpe allmuen ved å tilrettelegging for sparing. I motsetning til Norges bank, som tok seg betalt for innskudd, ga Christiania sparebank renter på innskuddene noe som skulle bidra til økt sparing. (Thue, 2014).

Kapitalen som var nødvendig for å etablere Sparebankene ble gitt av borgerskapet som også stilte opp når det gjaldt å arbeide i de respektive banker, da uten mye lønn og fortjeneste. Sparebanker er i utgangspunktet selveide organisasjoner. I praksis betyr det at ingen eiere kan gjøre krav på et eventuelt overskudd og hvor det enkelte overskudd går til å styrke egenkapital og til å

støtte veldedige formål i lokalsamfunnet. Sparebanker er derfor både av og for lokalsamfunnet i den enkelte region. Tidene har forandret seg og dette har også ført til endringer både hva gjelder banktjenester men også bankstruktur. (Thue, 2014; Stoltz et al., 2014)

I 1851 ble primæransvaret for sparebankene flyttet fra kirke- og undervisningsutvalget til finansdepartementet. Dette skiftet presenterte en ny idé for sparebankenes virke og hensikt da de ikke lengre bare skulle ses på som et formål for den enkelte i samfunnet men hvor de nå også skulle ses som et formål for næringslivet. Dette skiftet innebar at sparebankene kunne gi kreditt til det lokale næringsliv og hvor bankene som sådan ble mer næringslivsrettet med den hensikt å sikre næringslivet og dets utvikling i Norge. (Thue, 2014).

Antall forretningsbanker nådde sin topp med 195 banker ved utgangen av 1919. En bankkrise oppstod og 125 banker ble innstilt, enkelte av dem ble rekonstruert og noen opprettet på nytt som erstatning for den avviklede. I 1938 var det 105 forretningsbanker og siden den gang falt det til 89 forretningsbanker i 1950 og 68 i 1960. Etter dette fulgte det mange sammenslutninger som førte til at det i 1995 var kun 18 forretningsbanker igjen i landet. (Meinich & Munthe, 2015)

I 1960 årene raste debatten om sparebankenes eventuelle fusjon. Debatten om fusjon skapte store splittelser både innad i sparebankforeningen og mellom sentrum og periferi men også blant de store og mindre store bankene. Faktorer som makt og innflytelse bidro til fokuset på debattens viktighet, men samtidig til å synliggjøre ulike standpunkter og interesser. Sparebankforeningen oppfordret på sin side til fusjon og foretok ulike utredninger knyttet til dette. Det store spørsmålet var hvilken bankstørrelse som var hensiktsmessig for fremtidens bank. (Thue, 2014).

1960 tallet ble også starten på det som skulle vise seg å bli mange og omfattende utredninger om strukturen for sparebankene. I 1983 kom den siste utredningen som omhandlet positive og negative følger ved eventuelle fusjoner og som også

fokuserte på spørsmålet om fusjon var det beste alternativet. Sparebankforeningen var for fusjon og økt sammenslåing men utredningen i 1983 tillot bankene selv å avgjøre beslutningen om fusjon eller ikke, uten påtrykk fra sparebankforeningen. (Thue, 2014).

Debatten om fusjon førte til splittelser i to fløyer, her under betegnelsene fusjonslinjen og samarbeidslinjen. Fusjonslinjen ønsket fusjon og sammenslåing av banker til større enheter, da gjerne med fylkesgrenser eller andre naturlige grenser som referanseramme og referansepunkt. Innen fusjonslinjen var det flere visjonære forslag som ble fremmet, blant annet ønsket enkelte at enhetene skulle bli såpass store at de dekket tilnærmet hele landet og ble hele Norges sparebank. Samarbeidslinjens hovedfokus var ønsket om smådriftsfordeler og at en ønsket å styrke samarbeidet mellom sparebankforeningen, fellesbanken og andre relevante institusjoner. Samarbeidslinjen påpekte viktigheten av å beholde smådriftsfordelene og at eventuelle stordriftsfordeler kunne oppnås gjennom tettere samarbeid mellom ulike organisasjoner og institusjoner. (Thue, 2014).

Sparebanker kan oppnå stordriftsfordeler ved fusjon. Med dette finnes økte muligheter til å kunne foreta større investeringer, øke spesialiseringsgrad samt en økt evne til å betjene storkunder. Samtidig kan fusjonerte banker oppnå fordeler på pris ved innkjøp av diverse tjenester og utstyr, men de har også mer makt og innflytelse slik at en kan påvirke sine naturlige omgivelser knyttet til andre sparebanker og næringslivet. (Thue, 2014).

Ved å inneha stordriftsfordeler mister man smådriftsfordelene som kan karakteriseres ved at beslutninger og makt blir spredt. Andre fordeler ved å unngå fusjoner er at en sikrer ivaretagelse av demokratiske hensyn samt at trivsel ofte øker da det er et fåtall personer en som kunde trenger å forholde seg til og som også kjenner den enkeltes behov. (Thue, 2014).

Retter vi blikket mot Rogaland fylke og Haugesundsregionen, var Haugesund stedet hvor distriktets første sparebank ble etablert i 1839, Egersund Sparebank.

I 1949 var det 46 sparebanker i Rogaland. I 1967, med debatter som raste landet rundt om fusjoner og spørsmålet om størrelse på fremtidens sparebanker i Norge, ble det besluttet at det skulle være to sparebanker i Rogaland. Disse to sparebankene skulle følgelig legges til Haugesund og Stavanger, da som Haugesund sparebank og Stavanger sparekasse. I 1976 slo 13 sparebanker seg sammen og dannet SR-bank. I 1989 hadde tallet på sparebanker i Rogaland sunket drastisk, og det var bare 9 sparebanker igjen. Den kraftige reduseringen av antall sparebanker på slutten av 1980 tallet henger følgelig sammen med utredningene og ønsket om fusjon og større sparebanker men færre enheter. (Thue, 2014)

Innenfor Haugesundsregionen finnes det flere sparebanker: Haugesund sparebank, Skudenes & Aakra sparebank, Etne sparebank, Sparebanken 1 SR-bank og Sparebanken vest. (Thue, 2014; Meinich & Munthe, 2015).

Det finnes i dag to hovedmodeller for en bank å organisere seg på: sparebank og forretningsbank.

En forretningsbank er, kort fortalt, en bank som drives som et aksjeselskap. Banken skaffer sine midler til å kunne drive sin virksomhet ved å ta imot innskudd fra en ubestemt krets av innskytere. (Meinich & Munthe, 2015)

Hovedskillet mellom sparebank og forretningsbank i dag er et at sparebankene har en spesiell organisasjonsform ved at de er selveide stiftelser. I dette ligger det, som historien ovenfor har fortalt, at ingen eier verdien eller har krav på overskudd. Egenkapitalen sparebanker har er tidligere tilbakeholdt overskudd. Dette overskuddet brukes, i tillegg til å bygge opp egenkapital, som gaver til veldedige formål til lokalsamfunnet. På 80-tallet åpnet det seg en ny mulighet for sparebanker gjennom at de fikk mulighet til å utstede egenkapitalbevis. Ved å utstede egenkapitalbevis får sparebanken en ny mulighet til å innhente egenkapital, men dette medfører også at investoren som har investert i egenkapitalbeviset får avkastning. I Haugesundregionen er det kun Skudenes & Aakra Sparebank som har egenkapitalbevis. (Meinich, 2014)

Historisk sett har det vært store forskjeller mellom forretningsbank og sparebank, men i senere tid har disse skillene ikke hatt noen merkbar betydning for kunder av bankene. Det som skiller banker i dag er blant annet geografisk tilhørighet, med dette menes om banken er lokal, regional eller nasjonal. Det finnes i dag 95 lokale, 17 regionale og 16 nasjonale banker i Norge. De lokale bankene som er fysisk til stede i Haugesundregionen er Haugesund Sparebank, Etne Sparebank, Skudenes & Aakra Sparebank og Tinn Sparebank. De regionale bankene som er fysisk til stede er Sparebanken Vest og Sparebank 1 SR-Bank, mens de nasjonale aktørene som er fysisk til stede er Handelsbanken, Nordea, DNB og Danske Bank. (Grimsby et al., 2013).

2.5.2 Finansering

Det koster å starte opp en ny bedrift. Tiden det tar fra man starter opp til man faktisk har et produkt eller tjeneste blir ofte kalt "dødens dal". Dødens dal handler om at når man har startet en bedrift, oppstår også utgiftene til bedriften, mens inntektene kanskje først kommer mange måneder senere når tjenesten eller produktet er ferdig utviklet og kjent for markedet. I denne perioden må gründeren ha skaffet seg kapital til å tære på for å unngå konkurs. Det er en vedtatt sannhet blant økonomer at finansiell kapital gjeld og egenkapitalfinansiering er nødvendig for en bedrifts formasjon, utvidelse og overlevelse. Dette viser Evans og Jovanovic (1989) (siter av Robb, 2002) da de så at enkeltpersoner ble hindret fra å gå inn bedriftseierskap på grunn av likviditetsproblemer. I rapporten "Én million ideer – veien fra drøm til å lykkes som gründer" (Grünfeld et al., 2015) vises det til statistikk som peker på at gründerne har en større bruttoformue enn resten av befolkningen. Det viser seg at i gruppene som har en brutto formue over én million er andelen selvstendig næringsdrivende og eiere av et aksjeselskap mer en dobbelt så høyt som resten av befolkningen. Den private kapitalen kan bli viktig når en skal starte opp for seg selv. Videre i rapporten har forfatterne analysert lån og nyetablerte bedrifter hvor de finner at det er svært lite langsiktig gjeld i nyetablerte bedrifter. Dette kan tyde på at privat gjeld eller eksterne investorer er viktig for nyetablerte bedrifter. Banker tilbyr ofte lån til bedrifter mot sikkerhet i bedriftens eiendeler,

men for mange gründere er det både lettere og billigere å finansiere med privatlån med pant i bolig eller annen privat formue. Videre i rapporten kommer det også frem at oppfatningen av hvor vanskelig det er å få lån til nyetablerte bedrifter kun er delvis riktig. Det kommer frem at en stor andel av bedriftene har langsiktig gjeld til kredittinstitusjoner. Tall som Menon har analysert fra brønnøysundregistrene (sitert i Grünfeld et al., 2015) viser at halvparten av nyetablerte bedriftene har langsiktig gjeld men kun i småbeløp. 14 prosent har over en million kroner i gjeld. (Grünfeld et al., 2015; Grimsby et al., 2013; Robb, 2002).

2.5.3 Informasjonsasymmetri

Studien "Financing patterns around the world: Are small firms different?" (sitert av Grimsby et al., 2013) indikerer at veksten i en SMB blir begrenset av finanseringen av bedriften. Dette forklares med informasjonsasymmetri mellom det som bedriften som ønsker finanseringen og eksterne aktører som er kapitaltilbydere. Informasjonsasymmetri handler om at en av partene, ofte bedriftene, sitter på mer informasjon om bedriften og potensialet enn den andre parten som ofte er en ekstern aktør, enten som kreditor eller investor. Informasjonen som bare den ene parten sitter med gjør at partene har forskjellig verdivurdering av prospektet, og det oppstår dermed en mismatch. Dette gjelder spesielt for bedrifter som er små og mellomstore, og gjerne nyetablerte bedrifter med lite historie. Myers¹ (1984) teoretiske forklaring på fenomenet "pecking order theory" går ut på at bedriften vil bruke denne rekkefølgen når de skal finne finansieringskilder: først egne tilbakeholdte overskudd, deretter lånefinansiering og til slutt ekstern egenkapital (sitert av Grimsby et al., 2013).

Informasjonsasymmetri fører til at kapitalstrukturbeslutninger og forholdet mellom egenkapital og gjeld er forskjellig mellom store bedrifter og SMB. Store bedrifter har vesentlig større tilgang til ekstern kapital, som for eksempel venture kapital, mens finansering av SMB ofte preges av den opprinnelig insiderfinanseringen som kommer fra eier(e), familie, venner og handelskreditt.

¹ MYERS, S. C. (1984), The Capital Structure Puzzle. The Journal of Finance, 39: 574–592

SMBer som klarer å vokse og som har god historie med ytelsesresultater oppnår flere alternativer innen finansering. (Robb, 2002).

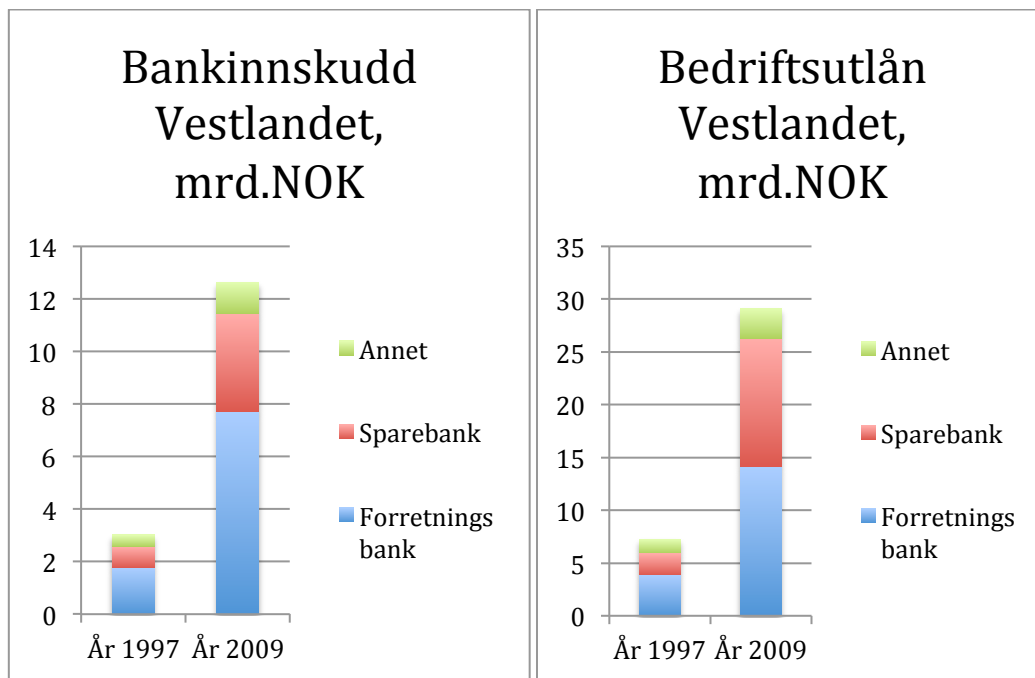
2.5.4 Markedsandeler

Fra rapporten "Lokale sparebankers betydning for norsk næringsliv" (Grimsby et al., 2013) kommer det frem at lokalbankene står bak en liten andel, med 4 prosent utestående saldo 31.12.2011, av det samlede utlånet til næringslivet. Lokale banker har en mindre kapasitetsbase, og utlånene fra en lokalbank er mindre enn fra regionale og nasjonale banker. I størrelseskategori er lokalbankene på landsbasis en aktør med 10 prosent markedsandel basert på utlån og med 19 prosent av antall utlån til små bedrifter. Hos litt større bedrifter med 11 til 22 ansatte har lokalbankene en markedsandel på 6 prosent av saldo utlån og 15 prosent markedsandel av antall utlån.

Samlet sett er det "varehandel", "industri" og "transport" som har de største banklånene. Dette er næringer hvor lokalbankene verken har spesielt lav eller høy markedsandel. Lokalbankene skiller seg ut med høy markedsandel i næringskategoriene "kultur og friluft", med saldo utlån markedsandel på 17 prosent og antall utlån på 23 prosent, og "overnatting og servering", med en markedsandel på 15 prosent på utlån og 21 prosent på antall utlån. (Grimsby et al., 2013)

2.5.5 Vestlandet

Fra rapporten "Den Norske Bedriftsbankboka" av Mjøs og Phan (2011) kan vi ser på markedsandelene mellom forretningsbanker, sparebanker og "annet" både på bankinnskudd og bedriftsutlån.



Figur 1a og b. Bankinnskudd og bedriftsutlån på Vestlandet i 1997 og 2009. (Mjøs, A. & Phan, J., 2011) <http://ssb.no/bank-og-finansmarked/statistikker/orbofba/aar/2014-06-23?fane=tabell&sort=nummer&tabell=183073>

Fra grafene i Figur 1 ser vi at sparebankene er en betydelig aktør på Vestlandet, både innenfor utlån og innskudd, men forretningsbankene er større. Vi legger merke til at bankinnskudd og bedriftsutlån har vokst vesentlig fra 1997 til 2009.

Vestlandet er Norges nest største bank-landsdel, etter Østlandet, med 34 prosent av utlånsvolum og 30 prosent av innskuddsvolum, og med en vesentlig større vekst enn landsgjennomsnittet. Sammenligner man rentemarginene med landsgjennomsnittet er de mindre og fallende, i tillegg svinger gjennomsnittet mindre. (Mjøs & Phan, 2011).

2.5.6 Tilstedeværelse

Fra år 2000 til 2012 ble antallet bankfilialer redusert med 25 prosent, til 1.158 filialer. Konsulentfirmaet Cicero mener at ytterligere 600 filialer vil bli lagt ned innen 2020 (sitert i: E24 av Odenrud, 2012). Tar vi for oss privatkunder og ser på den uavhengige kundeundersøkelsen av banksektoren i Norge utført av EPSI Norge (2014), er det et veldig interessant resultat hvor Skandiabanken kommer på første plass og Handelsbanken på andre plass når det måles kundetilfredshet. Felles for bankene er at de er forretningsbanker, de er av nasjonal størrelse og er utenlandske. Det som skiller dem er tilstedeværelse. Handelsbanken har som

krav at de må være fysisk til stede i den grad at de har filial i nærområdet i tillegg til å kjenne godt til stedet kunden ønsker å, for eksempel, få huslån til. De krever også at personen som ønsker lån må møte opp personlig til møte hos banken. Dette betyr at Handelsbanken for eksempel sier nei til kunder som bor i Horten eller Hønefoss, siden Handelsbanken ikke har kontor i nærområdet (Bakken, 2015. I: DN, 08.04.2015). Skandiabanken har ikke et fysisk kontor hvor kundene kan møte dem. Konseptet til Skandiabanken går ut på at alt foregår over internett eller telefon. Kundene som velger Skandiabanken har tatt et aktivt valg om at de ikke har noe behov for en fysisk tilstedeværelse av bank. Det er viktig å ta med at Skandiabanken ikke tilbyr tjenester til bedriftskunder. (EPSI Norge, 2014).

Tilstedeværelse handler ikke lenger bare om å være fysisk til stede, men også om å være tilstede gjennom andre kanaler, hvor internett er den absolutt viktigste i dagens samfunn.

Går vi tilbake til EPSI 2014-undersøkelsen om kundetilfredshet, finner vi at Eika gruppen er på tredje plass (EPSI Norge, 2014). Eika gruppen er en allianse bestående av flere uavhengige sparebanker hvor de deler på drift av noen fellesfunksjoner som IT, men hvor sparebankene likevel er i konkurranse mot hverandre der deres markedsgrense krysses. Eika gruppen er kun til stede i Haugesundregionen ved en filial hos Tinn Sparebank, uten noen ansatte i banken. De andre lokale sparebankene i regionen er uavhengige fra allianser, men har et samarbeid kalt DSS. De lokale sparebankene som står utenfor Eika-gruppen oppfyller ikke kravet om å være nasjonal og er dermed ikke med i EPSI-2014 undersøkelsen. Vi kan overføre den fysiske tilstedeværelsen og lokale tilhørigheten som Eika gruppen representerer til de lokale sparebankene.

Menon-rapporten "Lokale sparebankers betydning for norsk næringsliv" ble skrevet på oppdrag fra Eika gruppen (Grimsby et al., 2013). I rapporten er det en hypotese som går ut på: "hvorvidt bedriften lokalisert i kommuner hvor den lokale sparebanken har en stor andel av utlånene til næringslivet, har større

sannsynlighet for å få lånefinansiering enn tilsvarende bedrift i sammenlignbare kommuner.” (Grimsby, 2013. Side: 27).

Tanken bak hypotesen er det man kan kalle fordelene ved et informasjonsfortrinn, noe vi tar for oss senere. Resultatene av undersøkelsen Menon gjennomførte er interessante med tanke på fysisk tilstedeværelse. Det viser seg at tilstedeværelse av en lokal sparebank i et område øker bedriftenes sannsynlighet for å få lån betydelig. Man har skilt ut bedrifter etter antall ansatte og finner at for en bedrift med 11 til 20 ansatte er det 14 prosent større sannsynlighet for å få lån i kommuner der det er høy lokalbankandel enn i kommuner med lav lokalbankandel. 39 prosent av bedriftene med 11-20 ansatte har langsiktig lånefinansiering fra en kredittinstitusjon. Tar vi et teoretisk eksempel hvor kommune A ikke har noen lokal bank og kommune B har en lokalbank med alle lån, og hvor forholdene i kommune ellers er like, vil man se at i kommune B vil andelen bedrifter som har lån øker fra 39 prosent til over 53 prosent. Rapporten tar også for seg størrelsen på lånene. Det kan for eksempel tenkes at den lokale sparebanken låner ut mindre til flere, men dette viser seg å være feil. Resultatene i rapporten viser at tilstedeværelse av en lokal sparebank i et område også øker størrelsen på lån til bedriften. Tar vi det gitte eksempelet ovenfor vil bedrifter i kommune B få 152 % mer i langsiktig lån enn bedrifter i kommune A. (Grimsby, et al., 2013)

Bedrifter med ansatte mellom 11-20 opplever størst effekt på om det er en lokal sparebank til stede eller ikke. Ser vi på bedrifter med 0-10 ansatte viser rapporten at sannsynligheten for å få lånefinansiering øker med 9 prosent, og hos bedrifter med 21-50 ansatte øker sannsynligheten for å få lånefinansiering med 11 prosent. Ser vi på størrelsen på bedriftenes banklån kommer det frem at bedrifter med 0-10 ansatte får en økt lånestørrelse på 116 prosent, mens bedrifter med 21-50 ansatte får en økt lånestørrelse med 136 prosent. (Grimsby, et al., 2013).

Det er viktig å få frem at dataene analysen er bygget på er beregninger, og at det ikke er bedrifter som faktisk har hatt lån fra en lokal sparebank. Bedriften kan

også ha fått lån fra en annen type bank. Det er imidlertid slik at det kan være en effekt av intensiteten av lokal sparebank selv for bedrifter som har lån fra en nasjonal eller regional bank. Den estimerte effekten av lokalbankintensiteten er generell og uavhengig av næring, sentralitet, alder og salg og tilgang på likvide aktiva. (Grimsby et al., 2013).

2.5.7 Informasjonsfortrinn

Informasjonsfortrinn er et sentralt begrep i bankverden. Ovenfor så vi at når det er lokale banker fysisk til stede, får bedrifter oftere og større banklån enn hvor det ikke finnes lokale bankkontor. Et naturlig spørsmål er da hvorfor dette er tilfelle. De lokale bankene har helt naturlige fordeler i kredittmarkedet gjennom bedre lokalkjennskap og kortere avstand til å følge opp lokale bedrifter enn de bankene som er fjernere lokalisert. Dette informasjonsfortrinnet gjør at det blir vanskelig for utenforstående banker å kunne konkurrere mot lokalbanker i deres hjemmemarked. I analysen i "Lokale sparebankers betydning for norsk næringsliv" (Grimsby, G., et al., 2013) har man også vurdert bedriftenes resultater, altså om det er mulig at sparebanker tar mer tap enn andre banker og om dette har grunn i en snillisme ved å støtte lokalsamfunnet med flere og større lån. Analysen peker på at de bedriftene som får lån gjør det like bra som lignende bedrifter som får lån i andre banker, dette målt både i form av vekst og lønnsomhet over tid. Det er verdt å merke seg at ifølge analysen har bedrifter med 1 – 10 ansatte i mer perifere strøk en høyere sannsynlighet for å gå konkurs når bedriftene har lån fra lokale banker. Dette tyder på at lokalbanker til tider er mer risikovillige enn regionale og nasjonale banker. (Stameland et al., 2008; Grimsby et al., 2013).

Informasjonsfortrinn kan også føre til negative konsekvenser for bedrifter i distriktet. Dette kan oppstå dersom lokalebanken oppnår en så stor markedsandel, gjennom sitt konkurransefortrinn ved intim og omfattende kjennskap til sitt marked, at det hemmer konkurranse. Dette kan føre til at andre banker ser på området hvor lokalbanken har stor markedsandel som et ikke-attraktivt område og velger å unngå satsning i området på grunn av informasjonsfortrinnet til den lokale banken. En lokal bank uten konkurranse og

med kunder som ønsker å låne penger vil ofte ta seg bedre betalt, og man risikerer at kapitaltilgangen er konsekvent mindre en kapitalbehovet. Dette er et velkjent fenomen når det oppstår en monopol situasjon (Stameland et al., 2008). Dette er basert på en teoretisk resonnement som Grimsby et al. (2013) mener er feil når man analyserer dette i praksis. I sin rapport "Lokale sparebankers betydning for norsk næringsliv" viser de til at i analysen fører informasjonsfortrinnet til at flere lokale bedriften får flere og større lån enn hvis ikke det var en lokal aktør til stede med denne informasjonen (Grimsby et al., 2013).

SNF-rapport nr. 15/08, "Kapitaltilgang for SMB i ulike deler av landet" (Stameland et al., 2008) har sett på akkurat dette med informasjonsfortrinn. De skriver:

"Man kunne kanskje håpe at i moderne bankvirksomhet så spiller avstand mellom bedrift og bank bare en mindre rolle." (Stameland et al., 2008. Side 8)

De tror også at dette håpet undervurderer informasjonsfordelene innen bankvirksomheten, og peker på ulike faktorer som støtter opp under dette synet. De viser til hvorfor man har endt opp med den høye bankkonsentrasjonen i enkelte kommuner, hvor det i 2005 finnes ulike kommuner som kun har én bank som er en aktiv kreditor til bedrifter i kommunen. De tar også frem at det i 2005 finnes ti kommuner i Norge med en kreditor-konsentrasjon på 97 % eller mer, noe som betyr at én kreditor har 97% ,eller mer, av markedet i den aktuelle kommunen. Det er vanskelig å forklare disse tallene uten å peke på informasjonsfordeler og nærhet som de viktigste punktene. (Stameland et al., 2008).

2.5.8 Konkurransen

Konkurransen om låntakerne blir innen økonomisk teori sett på som positivt. Betydningen av konkurranse om låntakere handler om at ellers gode prosjekter og bedrifter får nok lån, og at disse lånene er til gode konkurransedyktige betingelser. I rapporten "Kapitaltilgang for SMB i ulike deler av landet"

(Stameland et al., 2008) har forfatterne sett på konkurransedynamikken i lokale bankmarkeder ved å studere antallet banker i markedet, og fordeling av markedsandeler dem imellom. Gjennom sin analyse har forfatterne funnet at det i sentralitetsgrad 1 på Vestlandet 120 banker (2005) som gir tilbud om lånekapital. Dette er en oppgang på 5 prosent fra 1997. I sentralitetsgrad 2 er det 80 banker, hvor det ikke har skjedd noen særlig endring fra 1997-2005 med antall lånetilbydere. I sentralitetsgrad 3 er det 62 banker, med en positivt endring på 7 prosent, mens det i sentralitetsgrad 4 er en nedgang på 6 prosent til 67 banker med lånetilbud. Sist er sentralitetsgrad 5 hvor det er 39 banker og 0 prosent endring. I analysen har de tatt for seg gjennomsnittlig utlånskonsentrasjon per kommune målt med CCI-indeksen, per sentralitetskode. Inndelingen etter sentralitetskode viser at konsentrasjonen for utlån i mindre sentrale strøk er monotont høyere enn i sentrale strøk fra 1997 til 2005. Det er også en betydelig forskjell i 2005 hvor analysen finner at indeksen i sentralitet 1 var på 0,60, mot 0,78 i sentralitet 5-kommune. (Stameland et al., 2008).

Analysen har også tatt for seg varigheten av kunde-bank relasjon på lånesiden. Her har det blitt undersøkt hvor mange år det går fra kunden første gang har lån fra en gitt bank, til det siste året av et slikt forhold. Det trekkes frem at varigheten av et slikt forhold er interessant fordi det sier noe om konkurransesituasjonen. Er det stor konkurranse vil bedrifter oftere både vurdere og faktisk skifte lånetilbyder. Dette blir ofte assosiert med redusert kundelojalitet og mindre mulighet for bankene å utnytte sin markedsandel men kan også si noe om at kundene er mer kompetente i sitt arbeid med finansering. På Vestlandet har man i sentralitetsgrad 1 et gjennomsnittlig kundeforhold på 4,7 år (2005), i sentralitetsgrad 2 er det på 5,11 år, i sentralitetsgrad 3 5,07 år, i sentralitetsgrad 4 er på 5,25 år og i sentralitetsgrad 5 er på 5,24 år. Disse tallene viser at det er en forskjell mellom sentralitetsgrad og lengde på kundeforholdet men at den ikke er nevneverdig stor. (Stameland et al., 2008).

2.5.9 Alder på bedrift

I denne oppgaven har vi valgt å fokusere på nyetablerte bedrifter som er etablert mellom i perioden 2009 - 2015. Har alder noe å si forhold til bank lån? I SNF-

rapport nr. 04/11 "Den norske bedriftsbankboka" (Mjøs & Phan, 2011) har bedriftene blitt delt opp etter alderen 0-3 år, 4-10 år og over 10 år fra stiftelsen.

Tabell 6. Viser variasjonen av utlån og innskudd etter alderen på bedriften. (Mjøs & Phan (2011) side 90.)

Variasjon på utlån - innskudd etter alder på foretaket									
Aldersgruppe	Samlet				Konsentrasjonsindekser				Antall banker
	Utlån		Innskudd		Utlån		Innskudd		
	Mrd. NOK	Prosentvis andel	Mrd. NOK	Prosentvis andel	HHI	CCI	HHI	CCI	
0-3 år	234	27 %	84	20 %	0,11	0,34	0,16	0,43	194
4-10 år	243	28 %	118	28 %	0,12	0,37	0,19	0,47	215
Eldre enn 10 år	395	45 %	223	52 %	0,17	0,43	0,22	0,5	221

Vi ser fra Tabell 6 at eldre bedrifter har den største andelen av lånene med 45 prosent. Det er verdt å merke seg at bedrifter som er 0-3 år har nesten like stor andel lån som bedriftene som er 4-10 år, med henholdsvis 27 prosent og 28 prosent. Ser vi på innskudd i tabellen, har bedriftene over 10 år 52 prosent av innskuddsandelene, mellomste har 28 prosent og yngste har 20 prosent av innskuddsandelene. I Tabell 6 ser vi på konsentrasjonsindekser og legger merke til at det er liten variasjon i bankmarkedet etter hvilken aldersgruppe bedriftene er i. Det kan se ut til at flere banker er aktive mot yngre bedrifter med tanke på å gi dem lån når vi ser at konsentrasjonsindeksen er lavest for disse og stigende med bedriftsalderen. Forskjellen er minimal.

Tabell 7. Variasjon i utlån og innskudd etter alderen på bedriften. (Mjøs & Phan (2011) side 90.)

Variasjon på utlån - innskudd etter alder på foretaket						
Aldersgruppe	Gjennomsnitt per foretak		Konsentrasjonsindekser			
	Lån	Innskudd	Utlån i prosent av:		Innskudd i prosent av:	
	Mrd. NOK	Mrd. NOK	Brutto gjeld	Sum eiendeler	Brutto gjeld	Sum eiendeler
0-3 år	234	84	0,11	0,34	0,16	0,43
4-10 år	243	118	0,12	0,37	0,19	0,47
Eldre enn 10 år	395	223	0,17	0,43	0,22	0,5

Vi ser fra Tabell 7 at gjennomsnittlig lån og innskudd øker med alder. Dette er naturlig da bedrifter som overlever vil vokse og bli større. Ser vi på utlån som andel av balanse er det hos de yngste bedriftene lav andel, for mellomgruppen høyere andel og fallende for de eldste. Dette henger nok sammen med at de yngste bedriftene manglende historie, tillit og pantbare eiendeler, noe som gjør det vanskeligere å få lån. (Mjøs, & Phan, 2011).

I analysen i "Lokale sparebankers betydning for norsk næringsliv" (Grimsby et al., 2013) er det også blitt analysert alder i sammenheng med sannsynlighet for lånefinansiering. Deres resultat her, viser at det for bedrifter med en alder på 6 – 10 år har signifikant større sannsynlighet for å få lånfinansering sammenlignet med nyetablerte, men når man ser på eldre bedrifter (20 år+) er sannsynligheten mindre for å ha lånfinansering. I aldersgruppen 11-20 år finner de ikke noen signifikante forskjeller i resultatene sammenlignet med de relativt nyetablerte bedriftene. (Grimsby et al., 2013).

3. Datainnsamling og metode

Å benytte seg av en metode handler om hvordan vi henter inn informasjon og data, og hvordan denne informasjonen og dataene analyseres og tolkes. Valg av metode blir bestemt av problemstillingen (Johannessen et al., 2011).

I denne oppgaven har vi benyttet oss av både kvalitativ og kvantitativ metode. Kvantitativ metode blir brukt som hovedmetode, og kvalitativ som støttemetode. Vi har valgt metodene vi fant mest hensiktsmessig i forhold til vår problemstilling. Vi vil videre i dette kapitlet presentere metodene vi har brukt og redegjøre for hvorfor vi har benyttet disse.

3.1 Forskningsdesign

Et forskningsdesign, er en plan (Askheim & Grenness, 2008) for hvordan vi skal gjennomføre en undersøkelse fra start til slutt, med mål om å finne svar på vår problemstilling (Johannessen et al., 2011). Forskningsdesign deles ofte inn i eksplorativt, deskriptivt og kausalt design. Valg av design bestemmes av problemstillingen og påvirkes også av faktorer som tid og ressurser (Johannessen et al., 2011).

3.2 Kvalitativ og kvantitativ metode

Metode sammenfatter regler og prosedyrer om bestemte fremgangsmåter for å komme frem til ny kunnskap eller løsning på et problem, og kan beskrives som verktøyet vi benytter oss av (Askheim & Grenness, 2008). Forskningsdesignene fordeles på to metoder, kvalitativ- og kvantitativ metode, og vi må følgelig velge den metoden vi mener er mest hensiktsmessig med tanke på vår problemstilling.

Kvalitativ metode går mer i dybden enn kvantitativ metode. Data i kvalitativ metode er gjerne innhentet gjennom intervju, bilde, skrift eller lyd av små grupper eller enkeltpersoner og gir uttrykk for menneskers atferd, meninger, opplevelser eller erfaringer (Askheim & Grenness, 2008). De små utvalgene er ikke nødvendigvis representative for en større populasjon (Askheim & Grenness, 2008). Metoden er fleksibel og skaper nærhet til fenomenet som forskes på. Kvalitative metoder gir oss mulighet til å komme *bak* det som kan observeres og

måles, og sier noe om hva som egentlig er motivene bak observert atferd (Askheim & Grenness, 2008). Fordelen med kvalitativ metode er at man gjennom intervju, og lignende, får mer utfyllende svar og kan stille oppfølgingsspørsmål enn gjennom et standardisert spørreskjema med ferdig utfylte svaralternativer (kvantitativ metode). I kvalitativ metode utledes gjerne teori fra innsamlede data og er hensiktsmessig å bruke når vi ønsker å få mer informasjon om et fenomen det ikke er forsket mye på fra før (Johannessen et al., 2011).

Utfordringer og svakheter ved bruk av kvalitative metoder er i hovedsak begrenset utslagskraft, reliabilitetsproblemer og validitetsproblemer. (Askheim & Grenness, 2008).

Kvantitativ metode søker å kunne generalisere et fenomen. Utvalget er her større enn i kvalitativ metode, gjerne et utvalg som er representative for en populasjon, og søker å si noe om bredden heller enn dybden av et fenomen. Innhenting av data skjer gjerne gjennom et spørreskjema hvor dataene videre blir systematisert og tallfestet. Det er ofte hypoteser som testes i en kvantitativ undersøkelse. Dersom virkeligheten stemmer med det hypotesen påstår, blir hypotesen bekreftet. Finner vi at virkeligheten ikke stemmer med hypotesen, blir den avkreftet (Askheim & Grenness, 2008). Alternativt til hypoteser kan vi etablere en hovedproblemstilling og underproblemstillinger, et alternativ vi har benyttet oss av i denne oppgaven.

Utfordringer og svakheter knyttet til kvantitative metoder, er at det er stor avstand mellom respondent og forsker, respondent har ikke mulighet til å utdype sine svar eller vektlegge sine meninger og spørreskjema er lite fleksibelt. (Johannessen et al., 2011; Askheim & Grenness, 2008).

Vår hovedproblemstilling i denne oppgaven er som følge:

Hvilken effekt har tilstedeværelse av bank på nyetablerte små- og mellomstore bedrifter i Haugesundregionen

Vi har valgt å dele opp problemstillingen i tre underproblemstillinger:

- 1. Bruker nyetablerte aksjeselskap og enkeltpersonforetak banken likt?*
- 2. Hvilke faktorer mener små- og mellomstore bedrifter er viktige når de velger bank?*
- 3. Er det konkurranse mellom bankene i Haugesundregionen?*

Vi har i denne oppgaven tatt sikte på å se hvilken effekt fysisk tilstedeværelse av bank har på små- og mellomstore bedrifter i Haugesundregionen. For å finne ut av dette har vi benyttet oss av kvantitativ metode og sendt ut et spørreskjema til 2307 SMBer med spørsmål om bedriften og dens forhold til og bruk av banken. I tillegg har vi brukt kvalitativ metode som en supplerende metode for å få kunne se på problemstillingen fra en annen synsvinkel, nemlig fra bankens side (Johannessen et al., 2011). Vi har gjennomført fire semistrukturerte intervjuer med personer fra ulike bankkontor lokalisert i Haugesundregionen for å skaffe oss informasjon om hvilke tjenester SMBer benytter seg av og hvordan de ulike bankene ser på dette bedriftssegmentet. Vi valgte ut en lokalbank, en regionalbank og en nasjonalbank for å se om vi finner ulikheter mellom de tre bankene når det kommer til om det er forskjell i hvordan banken oppfatter seg selv i møte med SMBer osv. Vi har også hatt samtale med en person som har lang erfaring innen bank fra Østlandet.

3.3 Populasjon og utvalg

En populasjon er alle enhetene problemstillingen gjelder for. Et utvalg er de enhetene som er valgt ut til å svare på spørreskjema og som, ideelt sett, er et representativt utvalg som kan representere hele populasjonen (Johannessen et al., 2011). Vi har valgt stratifisert utvelgelse for å sikre en bestemt representasjon av enheter i utvalget. Strata er de egenskaper eller kjennetegn vi setter som kriterier for å kunne være med i vårt utvalg (Johannessen et al., 2011). Klyngeutvelgelse er når en velger enheter ut fra geografisk beliggenhet. Vi har på sett og vis også valgt denne måten utvelgelse da vi undersøker bedrifter og banker i Haugesundregionen.

Vårt utvalg av SMB-er i denne oppgaven måtte tilfredsstillende følgende kriterier (strata):

- Etablert mellom år 2009 og 2015
- Årlig omsetning mindre eller lik 300 millioner kroner (Kilde: Samtale med bank i Haugesundregionen om deres definisjon av SMB.)
- Må være registrert i kommunene Karmøy, Haugesund, Sveio, Tysvær, Vindafjord, Etne, Bokn eller Utsira (klyngeutvelgelse)

I tillegg til disse kriteriene satte vi ett kriterium om at det skal være 100 eller færre ansatte i bedriften for at det skal være innenfor SMB-segmentet. Vi fjernet to av respondentene etter å ha mottatt svar på spørreskjema som hadde 150 ansatte i sin bedrift.

Vi har benyttet oss av Proff Forvalt for å segmentere og trekke utvalg. Vi har valgt ut de bedrifter som passer våre kriteriene og har i tillegg ordnet utvalget ved at vi har luket bort åtte datterselskap for deretter å fjerne de bedrifter som ikke hadde e-postadresser. Vi har også sett på i hvilken næring de ulike bedriftene opererer i. Oversikten ligger som vedlegg 1. Fra tabellen i vedlegg 1 ser vi at vårt utvalg er 33,11 prosent av total populasjon.

3.4 Svarrespons og bortfallsanalyse

Det er naturlig at ikke alle som får spørreundersøkelsen vil svare. Vi kaller hele utvalget bruttoutvalget, de som svarer kaller vi nettoutvalget og bortfall er følgelig nettoutvalg trukket fra bruttoutvalget. Andelen som svarer kalles svarrespons eller svarprosent når det måles i prosent. En svarprosent på 30-40 prosent er vanlig (Johannessen et al., 2011).

Bortfall kan føre til at utvalget ikke lengre er representativt. Dersom det er tilfeldig bortfall, dvs. at det er bortfall fra alle grupper på omtrent like stor prosent, vil utvalget fremdeles være representativt. Dersom det derimot er systematisk forfall, dvs. at det er betydelige forskjeller når det kommer til svarprosent i gruppene. Utvalget er da ikke lengre representativt og muligheten for å generalisere resultatene til populasjonen er svekket (Johannessen et al., 2011). Dersom svarresponsen ikke er representativt kan en vurdere å vekte

resultatene for å få bort skjevheten og på den måten øke tillitten til resultatene som foreligger.

Vi har sendt vår spørreundersøkelse på mail gjennom *Questback*. En av faktorene på om vi får svar er om e-postadressene som er registrert på proff forvalt er gyldige og om e-posten kommer frem til den respondenten vi søker. Vi har en oversikt over våre utsendte invitasjoner:

Tabell 8. Distribusjonslogg: distribusjon via e-post

Distribusjon via e-post		
Levert	2082	90,2 %
Midlertidig avvist	14	0,6 %
Permanent avvist	211	9,1 %
Antall sendt	2307	100,0 %

Det var flere av bedriftene som ikke hadde registrert e-postadresse. Disse fikk vi da ikke sendt ut spørreskjema til. Det er også flere (fire) av e-postadressene vi ikke fikk sendt ut fordi *Questback* ikke godtok "æ", "ø" eller "å" som skriftegn i e-postadressen. Vi ser fra Tabell 8 at det er 9,76% av respondentene som midlertidig eller permanent har avvist å få mail fra *Questback*. Det betyr at disse ikke vil få mulighet til å svare på spørreundersøkelsen vår.

3.5 Validitet og reliabilitet

Validitet kan også uttrykkes som "bekreftbarhet" (Askheim & Grenness, 2008). Validitet handler om hvor vidt en undersøkelse gir gyldige svar på det vi egentlig er ute etter, nemlig problemstillingen (Askheim & Grenness, 2008). Troverdighet, eller begrepsvaliditet, handler om det er sammenheng mellom det som undersøkes og data som er samlet inn. Overførbarhet, eller ekstern validitet, handler, for eksempel, om det er mulig å overføre resultatene vi kommer frem til i vår undersøkelse, om Haugesundregionen, til et annet sted i landet eller beslektede fenomener (Johannessen et al., 2011).

Reliabilitet kan også uttrykkes som "troverdighet" eller "pålitelighet". Dette er et spørsmål om hvor vidt tilfeldige forhold får innvirkning på resultatene og om dette gjør resultatene mindre pålitelige/troverdige (Askheim & Grenness, 2008).

Reliabilitet omhandler informasjonen vi har samlet inn og om det er mulig å gjenskape de resultater vi har fått.

3.6 Primær- og sekundærdata

Både primær- og sekundærdata er brukt i denne oppgaven. Primærdata er de data vi selv samler inn gjennom spørreundersøkelse og intervju. Sekundærdata er brukt til bakgrunn for å utforme spørreskjema og intervju. Vi har hentet inn primærdata med sikte på å svare på oppgavens problemstilling.

Sekundærdata er allerede eksisterende litteratur og spiller også en viktig rolle for vår oppgave. Vi har hentet informasjon fra artikler, bøker, rapporter og tidligere studier, blant annet prosjektet: "Geografisk avgrensning av marknaden for finansielle tenester til små og mellomstore bedrifter" (Bergland, 2003). Denne informasjonen har bygget opp under hvilke spørsmål vi stiller i spørreundersøkelsen samt teori generelt.

3.7 Datainnsamling

Datainnsamling er gjort gjennom spørreskjema og intervjuer. Spørreskjema hentet inn informasjon fra SMBer, intervju hentet informasjon fra banker og samtale med en person som har mye erfaring på feltet ble gjennomført for å samle inn teori om emnet. Data representerer den delen av virkeligheten vi ønsker å se på (Johannessen et al., 2011).

3.7.1 Gjennomgang av intervju

Kvale og Brinkmann (2009) karakteriserer det kvalitative forskningsintervjuet som en samtale med en struktur og et formål (sitert i: Johannessen et al., 2011).

Vi ønsket å intervju representanter fra banken som jobbet med SMB-markedet for å se hva de fokuserte på når det kom til SMB segmentet. Vi valgte ut tre banker: tre bankkontorer i regionsenteret Haugesund og ett bankkontor i en utkantkommune. For å komme i kontakt med de bankansatte sendte vi en mail med informasjon hvor vi fortalte kort om vår masteroppgave og hva et eventuelt intervju ville gå ut på for å lokke nysgjerrigheten og for å forberede

informanten². Vi ønsket også å informere om anonymitet, databehandling, frivillig deltakelse og hvem vår veileder er for å vise at det er en seriøs henvisning om ønske av intervju. Vi sa vi ville ringe dem etter noen dager.

Videre ringte vi informantene etter to dager, som informert i e-posten, ga dem mer informasjon og presiserte at det var frivillig deltakelse. Da informantene var interessert i å delta avtalte vi dato og møtested for intervjuene. Vi ønsket personlige intervju fremfor intervju over telefon eller internett. Dette for å kunne møte informanten personlig, noe som ofte medfører at samtalen flyter lettere, det blir mer en samtale enn utspørring og interessen hos informant er lengre i personlig intervju enn over telefon og internett. Møtested er også noe vi hadde fokus på. Det er viktig at informanten føler seg komfortabel samtidig som vi ikke ønsker at det skal være noe som distraherer. For oss ble møtested naturlig da vi besøkte de ulike bankene og informantene på sine kontor hvor informantene var i sitt naturlige, komfortable miljø. (Johannessen et al., 2011).

Noe man må ta stilling til er hvordan intervjuet skal dokumenteres. I vår situasjon var det to reelle muligheter, notater eller diktafon. Ved å bruke diktafon får en med alle detaljer og en kan høre på hva som blir sagt ordrett etterpå, men selv om en garanterer konfidensialitet er det mange som ikke ønsker at det man sier blir tatt opp på tape. Ved notater får man ikke i ettertid analysert detaljer men det man sitter igjen med de notater man har gjort gjennom intervjuet. Siden vi var to personer bestemte vi oss for at en skulle intervju mens den andre kunne konsentrere seg om å skrive notater og komme med eventuelle innspill på slutten. Det kan også føles truende å være en informant som sitter overfor to intervjuere. Vi valgte å spørre vår første informant om det var mulighet for diktafon. Dette var ikke ønskelig og vi valgte derfor å benytte oss av notater i alle intervjuene. På grunn av likhet mellom intervjuene, men også fordi informantene ikke er vant med å bli intervjuet, valgte vi å benytte notater og ikke diktafon.

² Invitasjonsmailen ligger som vedlegg 5

Vi valgte å avslutte intervjuene med å takke for oss, gjenta at alt blir anonymisert og forklarte hva vi skulle gjøre videre. Vi sendte også ut takkemail hvor vi takket for deltakelsen, presisere anonymiteten og ba dem kontakte oss dersom de hadde noen spørsmål.

Etter hvert intervju satte vi oss sammen og skrev inn spørsmål og svar fra hvert intervju, og la til det vi husket utenom notatene mens alt var friskt i minne. Videre benyttet vi oss av kategorisering, hvor vi kategoriserte spørsmålene og svarene i analyseprosessen for å kunne finne likheter og ulikheter. Kategoriseringen ble gjort ved å sette tall og farger på ulike ord og tema som kom opp for så å samle alt med samme farge og tall.

3.7.2 Gjennomgang av spørreskjema

Et spørreskjema har tre mulige struktureringer: prestrukturert, semistrukturert eller åpne spørsmål. Et prestrukturert spørreskjema kjennetegnes ved at svaralternativene på spørsmålene er faste. Respondenten får et spørsmål og svarene er gitt som alternativer. Fordelen med et prestrukturert spørreskjema er at det enkelt kan sendes ut til mange respondenter og at det er enkelt å sammenligne svar. Ulempen med denne typen strukturering er at vi ikke får utfyllende informasjon men bare får svar på de spørsmål vi stiller gjennom svaralternativene. Åpne spørsmål gir respondenten mulighet til å svare utfyllende men det er samtidig vanskeligere for forsker å analysere og generalisere svarene. Semistrukturert spørreskjema er en kombinasjon av prestrukturert spørreskjema og åpne spørsmål. (Johannessen et al., 2011).

Ulemper med spørreskjema er at vi ikke kan gjøre endringer underveis, dersom respondent ikke føler at noen av svaralternativene stemmer kan han/hun ende opp med å ikke svare eller svare noe annet enn hva respondenten mener og vi får ikke fanget opp informasjon som vi ikke har spurt om direkte i vår undersøkelse.

Vi har på bakgrunn av vår problemstilling laget et prestrukturert spørreskjema med prekodede svaralternativer. Spørreskjema med faste spørsmål og oppgitte

svaralternativer gir oss en standardisering. Det gir oss mulighet til å sammenligne respondentenes svar for å analysere om det finnes likheter eller ulikheter blant respondentene. Videre kan vi generalisere våre funn dersom utvalget er representativt. En annen fordel er at vi har mulighet til å sende spørreskjema ut via mailadresser og på den måten når veldig mange flere respondenter enn i forhold til dersom vi skulle ringt eller møtt opp personlig. (Johannessen et al., 2011).

Vi startet utarbeidingen av spørreskjema ved å skrive ned hovedproblemstilling og koble på variabler vi mente kan påvirke en bedrifts bruk av banken. Etter å ha funnet de kategorier vi fant hensiktsmessige, utarbeidet vi tre underproblemstillinger og videre spørsmålene. Til slutt sorterte vi spørsmålene i den rekkefølge vi mente var best og laget spørreskjema i *Questback*.

Rekkefølge på spørsmålene i et spørreskjema er viktig for å få den riktige oppbyggingen på undersøkelsen. En annen ting som er viktig er å presisere og forklare alle spørsmål som kan tolkes som uklare. Vi startet med enkle spørsmål, fortsatte med de mer krevende spørsmålene og avsluttet med hvilket postnummer bedriften er registrert på for å få en naturlig avslutning. Vi har på noen spørsmål benyttet oss av svaralternativer som er fem- eller seks-delte skalaer som betegnes Likert-skalaer (Johannessen et al., 2011). Skalaen gir svaralternativer i form av fem eller seks ord som beskriver respondents holdning eller mening om et fenomen.

Lengden på spørreskjema er også viktig. For å få respondentene til å svare er det viktig at det ikke tar for lang tid å gjennomføre, da tid er en knapp ressurs for alle. Spørreskjema vårt består av 31 spørsmål hvor alle er enkle spørsmål som ikke krever noe særlig av respondenten.

Vi testet spørreskjema på seks personer hvor vi fikk tilbakemeldinger om forbedring av formuleringer og tilbakespill på layout. Personene vi testet spørreskjema på var noen tidligere studenter og noen som er engasjert i nyetablerte små- og mellomstore bedrifter. Etter å ha gjennomført prestudie av

spørreskjema fikk vi svar på at det tar mellom tre og fem minutter å gjennomføre spørreundersøkelsen. Etter å ha forbedret spørsmålsformulering og layout sendte vi meldeskjema til NSD og fikk godkjent undersøkelsen.

Spørreskjema ble sendt ut elektronisk gjennom *Questback* som e-post 07.05.15, det ble sendt ut en påminnelse 12.05.2015 og ble stengt 19.05.15. Spørreskjema ligger som vedlegg 2. Det er vanlig å sende påminnelse om spørreskjema en uke etter den første invitasjonen ble sendt ut. Da 14.05.15 i år var en helligdag valgte vi å sende den ut litt før det som er vanlig. I e-posten var det en invitasjon til å delta i undersøkelsen hvor formål og informasjon av undersøkelsen ble presentert samt link til spørreundersøkelsen³

Svarprosent på en spørreundersøkelse distribuert gjennom mail er vanligvis lav. For å få flest folk til å svare har vi i invitasjonen presisert at det er en anonym undersøkelse og vi unngikk bruk av æ, ø og å i emnefelt for å unngå at invitasjonen havnet i søppelpost. En annen grunn til få svar er at e-post adressene ikke stemmer. Vi har fått flere tilbakemeldinger på at respondenter ikke lengre benytter e-post adressen vi benyttet oss av og at det er flere som har sperret mail som kommer fra *Questback*. Vi sendte e-post ut til 2307 respondenter til person som står ansvarlig for bedriften. E-post adressene hentet vi gjennom *Proff forvalt*.

3.8 Oppsummering av kapittel 3

I dette kapittelet har vi redegjort for metoden som ligger til grunn for oppgaven. Vi har i hovedsak benyttet oss av kvalitativ metode, gjennom spørreskjema, og benyttet oss av kvalitativ metode, intervju, som et supplement. Forskningsdesignet ble valgt på bakgrunn av vår problemstilling, eksisterende teori, tid til rådighet og tilgjengelige ressurser. Videre utarbeidet vi spørreskjema som ble sendt ut til kjente respondenter som prestudie og intervjuer ble utarbeidet på bakgrunn av samtale med en person med lang erfaring på Østlandet, tidligere undersøkelser gjort på området og eksisterende teori. Intervjuobjektene ble valgt ut med hensyn til å intervjuer en lokalbank, en

³ E-post invitasjonen og påminnelse ligger som vedlegg 3 og 4

regionalbank og en nasjonal bank i Haugesundsområdet. Spørreskjema ble ferdigstilt og sendt ut gjennom *Questback* hvor respondentene ble valgt ut gjennom *Proff forvalt* med kriteriene at de må være registrert i en av de åtte kommunene vi har valgt ut i Haugesundregionen, være etablert mellom år 2009 og 2015 samt ha en omsetning på maksimum 300 millioner kroner per år.

4. Resultat og analyse

I denne delen vil vi starte med å presentere respons og respondenter. Deretter vil vi benytte svar fra spørreundersøkelsen, intervju, teori og samtaler for å diskutere/analysere de ulike problemstillingene.

I denne delen av oppgaven vil vi analysere og drøfte de tre underproblemstillingene med hovedvekt på spørreundersøkelsen innspill fra intervjuene med de ulike bankene og samtalen med erfaren bankmann fra Østlandet. Dette skal til slutt danne grunnlaget for å kunne besvare på vår hovedproblemstilling.

Hovedproblemstilling:

Hvilken effekt har fysisk tilstedeværelse av bank på nyetablerte små- og mellomstore bedrifter i Haugesundregionen?

Underproblemstillinger:

- 1. Bruker nyetablerte aksjeselskap og enkeltpersonforetak banken likt?*
- 2. Hvilke faktorer mener små- og mellomstore bedrifter er viktige når de velger bank?*
- 3. Er det konkurranse mellom bankene i Haugesundregionen?*

4.1 Presentasjon av respondenter

4.1.1 Respons

Vi starter vår analysedel med å presentere respondentene som har svart på vår undersøkelse.

Vi sendte ut invitasjon om å delta på vår spørreundersøkelse gjennom *Questback* som e-post 07.mai og en påminnelse 12.mai. Det er vanlig at påminnelse sendes en uke senere, men da dette var en helligdag valgte vi heller å sende den to dager før. Undersøkelsen ble stengt 19.mai.

Tabell 9. Svar fra e-postdistribusjon.

Svar fra e-postdistribusjon		
Fullført	164	7,9 %
Ufullført	21	1,0 %
Avmeldt	75	3,6 %
Ikke besvart	1829	87,6 %
Antall svar	2089	100,0 %

Fra Tabell 9 ser vi at svarresponsen endte på 7 prosent av det totale utvalget. Dette er langt mindre enn det vi håpte på, vesentlig lavere enn vanlig svarprosent på 30-40 prosent og hva som regnes som en god svarprosent på 50 prosent (Johannessen et al., 2011). Det kan være ulike grunner til at flere ikke svarte. Av vårt utvalg var det 225 personer som permanent eller midlertidig har avvist e-post fra *Questback*. Vi fikk også flere henvendelser av respondenter som blant annet hadde lagt ned bedriften, hadde gått av med pensjon eller som ikke følte de var i målgruppen på grunn av små enkeltpersonforetak på grunnlag av blant annet lav omsetning.

Det er en stor svakhet i undersøkelsen at det bare er 7 prosent som har svart. Dette gjør at vi ikke kan generalisere de resultater vi har fått inn. Vi kan derimot se på trender.

4.1.2 Bedriftens organisasjonsform

Tabell 10. Hvilke organisasjonsform utvalg og respondenter er registrert som i antall og prosent.

Hvilken organisasjonsform er bedriften registrert som?	Antall respondenter	Prosent respondenter	Utvalg	Prosent av utvalg
Enkeltpersonforetak	97	59,1%	1919	83,2 %
DA - delt ansvar	7	4,3%	31	1,3 %
ANS - ansvarlig selskap	2	1,2%	0	0,0 %
AS - aksjeselskap	57	34,8%	357	15,5 %
SA - samvirkeforetak	0	0,0%	0	0,0 %
Forening	1	0,6%	0	0,0 %
N	164	100,0%	2307	100,0 %

Tabell 11. Oversikten over bedrifter med ulik organisasjonsform nasjonalt i 2009. (Nærings- og handelsdepartementet (2012); SSB (2015))

Organisasjonsform	Antall	Prosent
Enkeltpersonforetak	198 453	49,3 %
Delt ansvar (DA)	9 179	2,3 %
Ansvarlig selskap (ANS)	6 449	1,6 %
Aksjeselskap (AS)	167 567	41,7 %
Annet	20 590	5,1 %
Totalt	402 238	100,0 %

Tabell 10 viser hvilken organisasjonsform respondentene hører til og er nyttig i forhold til å se hvordan respondentene er fordelt i forhold til utvalget det ble sendt ut spørreskjema til. Vi ser at i forhold til oversikten over bedrifter med ulik organisasjonsform på landsbasis, Tabell 11, har vi flere i vårt utvalg og respondenter som er registrert som enkeltpersonforetak og bedrift med delt ansvar enn på landsbasis. Det er samtidig færre aksjeselskap og "annet".

Vi ser at det er en overvekt av enkeltpersonforetak som har svart på undersøkelsen. Dette er naturlig da det var denne gruppen som var den største i vårt utvalg, representert med 83 prosent, i forhold til AS som nest største gruppe med 16 prosent. Vi legger merke til at det er over dobbelt så mange AS som har svart på spørreundersøkelsen i forhold til størrelsen AS har i utvalget. Den lave svarprosenten fra ENK kan forklares med at det er flere som føler de ikke er i målgruppen. Flere av respondentene skrev e-post til oss og informerte om at de ikke ønsket å delta i undersøkelsen på grunn av ulike forhold. Personer som har registrert enkeltpersonforetak driver gjerne ikke med dette på fulltid, og da føles det mindre viktig å svare på en slik undersøkelse. Det er heller ikke alle ENK som har et kundeforhold i banken tilknyttet sitt enkeltpersonforetak, og da er det lite aktuelt å sette av tid til å svare på undersøkelsen. Enkelte hadde også lagt ned sin bedrift.

4.1.3 Årstall bedriften ble stiftet

Tabell 12. Når bedriftene er etablert.

Hvilket årstall er bedriften stiftet?	AS	ENK	Totalt	Prosent
2015	2	12	14	8,5%
2014	3	23	26	15,9%
2013	5	19	24	14,6%
2012	9	14	23	14,0%
2011	5	12	17	10,4%
2010	9	7	16	9,8%
2009	25	19	44	26,8%
N	58	106	164	100,0%

Fra Tabell 12 ser vi at det er ganske jevnt med respondenter som er etablert de ulike år med et spenn mellom 9 prosent til 16 prosent og et snitt på 12 prosent. Vi ser at det er flest bedrift som er etablert i 2009.

4.1.4 Datterselskap eller selvstendig bedrift

Tabell 13. Hvor mange av respondentene som er datterselskap, selvstendig bedrift eller annet.

Er bedriften et selvstendig selskap eller datterselskap?	AS	ENK	Antall	Prosent
Datterselskap	5	0	5	3,1%
Selvstendig selskap	47	102	149	93,7%
Vet ikke	1	3	4	2,5%
Annet	0	1	1	0,6%
N	53	106	159	100,0%

Vi ønsket også å se på om respondentene våre var selvstendige bedrift eller datterselskap. Datterselskap kan være et selvstendig bedrift, med eget styre og ledelse, men det kan også være et prosjekt som morsselskapet har skilt ut fra bedriften av risikohensyn, dette gjør at ikke alle datterselskap er relevante for denne undersøkelsen.

Tabell 13 viser at over 90 prosent av respondentene er selvstendige bedrift. Det er bare aksjeselskap som er datterselskap, noe som er naturlig da et enkeltpersonforetak ikke kan eies og/eller kontrolleres av en annen bedrift men hvor en fysisk person må stå ansvarlig for næringsvirksomheten.

4.1.5 Antall ansatte i bedriften

Tabell 14. Antall ansatte i bedriften. (SSB (2010) sitert i Nærings- og handelsdepartementet (2012)).

Hvor mange er ansatt i bedriften?	AS	ENK	Antall	Prosent	Nasjonalt	Prosent
Ingen ansatte	4	23	27	16,5 %	129 466	32,2 %
1-4	32	80	112	68,3 %	217 714	54,1 %
5-9	6	3	9	5,5 %	27 703	6,9 %
10-19	3	0	3	1,8 %		
20-49	7	0	7	4,3 %	23 371	5,8 %
50-99	1	0	1	0,6 %	2 112	0,5 %
100-249	2	0	2	1,2 %	1 213	0,3 %
249+	3	0	3	1,8 %	641	0,2 %
N	58	106	164	100,0 %	402 220	100 %

Vi ser fra resultatene i Tabell 14 at det er en overvekt av bedrifter som har 1-4 ansatte, med hele 68 prosent. Den nest største gruppen her er "Ingen ansatte" med 17 prosent. I forhold til nasjonale tall fra 2009 er gruppen med ingen ansatte omtrent halvparten så stor som det den er nasjonalt sett. Videre er gruppen 1-4 ansatte større, og de andre ganske like.

4.1.6 Årlig omsetning

Tabell 15. Bedriftenes årlige omsetning.

Hva er bedriftens årlige omsetning?	AS	ENK	Antall	Prosent
0 - 999 999	8	91	99	60,4%
1 000 000 - 4 999 999	26	12	38	23,2%
5 000 000 - 14 999 999	6	1	7	4,3%
15 000 000 - 29 999 999	5	0	5	3,0%
30 000 000 - 49 999 999	2	0	2	1,2%
50 000 000 - 99 999 999	2	0	2	1,2%
100 000 000 - 199 999 999	3	0	3	1,8%
200 000 000 - 299 999 999	2	0	2	1,2%
mer enn 300 000 000	3	0	3	1,8%
Vet ikke	1	2	3	1,8%
Annet	0	0	0	0,0%
N	58	106	164	100,0%

Bedriftens omsetning er en viktig faktor grunnen er at vi ønsker å se på bedrifter med årlig omsetning under 300 millioner, for å være innenfor SMB-definisjonen med tanke på omsetningen. Tabell 15 viser at hele 60 prosent av våre respondenter har en omsetning under én million, de fleste av disse er enkeltpersonforetak. Nest største gruppe er de som har en omsetning på mellom én- og fem millioner. Denne gruppen rommer 23 prosent av respondentene, og mer enn dobbelt så mange er AS i forhold til ENK. Det er ingen enkeltpersonforetak som har 15 millioner eller mer i omsetning mens, AS fordeler seg jevnere over de resterende gruppene omsetning.

Vi ser her at det er tre respondenter som har en årlig omsetning på over 300 millioner. Disse respondentene er utenfor vår målgruppe og ble derfor sendt til slutten av undersøkelsen.

4.1.7 Bedriftens næring

Tabell 16. Ulike næringer utvalg og respondenter opererer i.

Hvilken næring opererer bedriften i?	AS	ENK	Antall	Prosent
Primærnæringen	1	19	20	12,6 %
Eiendomsdrift	5	0	5	3,1 %
Industri og bergverk	8	3	11	6,9 %
Bygg, kraft, anlegg og vannforsyning	12	11	23	14,5 %
Hotell og restaurantdrift	5	1	6	3,8 %
Varehandel	6	11	17	10,7 %
Utenriks sjøfart og rørtransport	1	0	1	0,6 %
Transport ellers, post og telekommur	1	4	5	3,1 %
Forretningsmessig tjenesteyting	12	7	19	11,9 %
Tjenesteyting ellers	13	46	59	37,1 %
Vet ikke	0	1	1	0,6 %
Annet	0	11	11	6,9 %
N	53	106	159	111,9 %

Fra Tabell 16 ser vi at antall svar i prosent er mer enn 100. Det vil si at noen bedrift har oppgitt at de opererer i mer enn én næring. Den største gruppen næring, både i utvalg og svar, er "Tjenesteyting ellers". "Bygg, kraft, anlegg og vannforsyning" er omtrent like stor i utvalg og svarprosent.

4.2 Bruker aksjeselskaper og enkeltpersonforetak banken og dens tjenester likt?

Hovedproblemstillingen i denne oppgaven omhandler hvilken effekt fysisk tilstedeværelse har bank på nyetablerte små- og mellomstore bedrifter i Haugesundregionen.

Vi ønsker her å se på hvilke behov bedrifter sier de har i banken, og om det er ulikheter i behovene mellom AS og ENK. Vi vil forsøke å finne ut av dette ved å se på hvordan nyetablerte bedrifter kommuniserer med banken, og hvorfor bedriften valgte den banken de har valgt. Ved å se på kommunikasjonen vil vi se på hvordan bedrifter velger å kommunisere med banken i dag, og deres behov for kontakt. Vi ønsker også å se på valget av bank med tanke på hva de legger vekt på, er det noen kriterier som gjør at denne banken oppfyller spesielle behov? Til slutt har vi valgt å dele opp aksjeselskap og enkeltpersonforetak for å kunne se om det er ulike behov i møte med banken for de to ulike måtene å organisere seg på.

Av alle nyetablerte bedrift i 2014, var 38 prosent aksjeselskap og 58 prosent enkeltpersonforetak i følge tall fra statistisk sentralbyrå. Disse to organisasjonsformene står altså for hele 96 prosent av alle nyetableringer dette året (SSB, 2015).

Av våre respondenter er det to ANS og syv DA. Vi har satt DA og ANS i samme kategori som ENK under navnet "ENK" da de på mange måter er like med tanke på at personen(e) bak selskapet har ansvar for bedriftens gjeld og forpliktelser. Vi har også én respondent som er registrert som forening. Vi har satt denne foreningen sammen med AS under kategorien "AS" da disse har mest like trekk. Siden de fleste av våre respondenter er AS eller ENK er det dette som er overskriftene.

Vi har tatt utgangspunkt i spørsmål 4, 7, 9, 11, 12, 13, 14, 16, 18, 19 og 20 for å svare på underproblemstillingen om det er likhet eller ulikhet i måten aksjeselskaper og enkeltpersonforetak bruker banken og dens tjenester. Aksjeselskap starter gjerne som enkeltpersonforetak, og det er interessant å se om disse organisasjonsformene bruker banken og dens tjenester på lik måte. Vi starter sammenligningen med å se i hvor mange banker bedriftene har kundeforhold.

4.2.1 Kundeforhold og tjenester

Tabell 17. Hvor mange banker bedriftene har kundeforhold i.

I hvor mange banker har bedriften kundeforhold?	AS	ENK
Ingen	0	10
1	43	89
2	7	4
3	1	1
4 eller flere	2	1
Vet ikke	0	1
N	53	106

Fra Tabell 17 ser vi at alle AS har kundeforhold i bank mens 91 prosent av ENK har kundeforhold i én eller flere banker. I begge grupper har over 80 prosent én hovedbank.

Det kan være en fordel å ha kundeforhold i flere banker da det kan være bedre vilkår for, for eksempel, lån i en bank mens en annen bank tilbyr bedre vilkår for plassering av innskudd. De fleste av bedriftene har likevel bare én hovedbank. Videre ønsker vi å se hvilke tjenester bedriftene benytter seg av i banken.

Tabell 18. Hvilke tjenester bedriftene benytter seg av i hovedbank.

Hvilke banktjenester benytter bedriften seg av?	AS	ENK
Lån	14	17
Kassakreditt	13	7
Betalingstjenester	34	54
Innskudd og plassering	20	55
Lønnsutbetalinger	22	16
Kontanthåndtering	7	21
Valuta	8	4
Internasjonale tjenester	7	6
Nettjenester	20	40
OCR (faktura med KID-nummer)	14	7
Garanti	6	1
Vet ikke	0	2
Annet	1	4
N	43	89

Av de bedriftene som har kundeforhold i én bank ser vi fra Tabell 18 at det samlet sett er betalingstjenester som blir mest brukt. Neste på listen er innskudd og plassering og på tredje plass nettjenester.

Deler vi opp i AS og ENK ser vi at AS i snitt per bedrift bruker 3,9 tjenester mens ENK bruker 2,7 tjenester.

79 prosent av AS benytter seg av betalingstjenester, 51 prosent benytter seg av lønnsutbetalinger og innskudd og plassering og nettjenester får hver en oppslutning på 47 prosent.

Tjenesten flest enkeltpersonforetak benytter seg av er innskudd og plassering, med 62 prosent. Videre blir betalingstjenester brukt av 61 prosent av bedriftene og 45 prosent benytter seg av nettjenester.

Tabell 19. Omsetning hos de bedrifter som har lån i hovedbank.

Omsetning:	AS	ENK
0 - 999 999	2	11
1 000 000 - 4 999 999	7	4
5 000 000 - 14 999 999	1	1
15 000 000 - 29 999 999	2	0
30 000 000 - 49 999 999	1	0
50 000 000 - 99 999 999	1	0
N	14	16

Fra Tabell 19 ser vi at det er flest ENK med en årlig omsetning på under én million kroner som har lån fra hovedbank. Videre er det flest AS med en omsetning mindre enn 5 millioner og mer enn én million kroner som har lån i hovedbank.

Det er ingen krav om at ENK må ha egen bankkonto. Flere av våre respondenter kan ha svart på spørsmålene i spørreskjemaet på bakgrunn av at de ikke har egen konto tilknyttet sitt ENK, men at de benytter seg av sine private kundeforhold i banken for å administrere sitt ENK. Personer som har et ENK kan benytte seg av sine private kontoer så lenge en person driver alene, ikke har ansatte og har en omsetning hvor en ikke er registrert i momssystemet (omsetning mindre enn 50 000 per år). (Merverdiavgiftsloven (2009). *Lov om merverdiavgift av 19. juni 2009 nr. 58.*).

Tabell 20. Hvilke tjenester bedriftene benytter seg av i hovedbank og annen bank.

Hvilke banktjenester benytter bedriften seg av i...	Hovedbank		Annen bank	
	AS	ENK	AS	ENK
Lån	6	3	4	1
Kassakreditt	5	2	1	0
Betalingstjenester	7	5	4	1
Innskudd og plassering	7	1	6	2
Lønnsutbetalinger	7	2	2	0
Kontanthåndtering	2	2	0	1
Valuta	3	1	2	1
Internasjonale tjenester	1	0	1	1
Nettjenester	6	4	4	2
OCR (faktura med KID-nummer)	4	1	1	0
Garanti	3	0	0	0
Annet	0	0	0	0
N	10	6	10	6

Videre ser vi fra Tabell 20 at av de bedrift som har mer enn én hovedbank benytter samlet sett 75 prosent seg av betalingstjenester, 63 prosent benytter seg av netjtjenester, 56 prosent benytter seg av lønnsutbetalinger og 56 prosent benytter seg av lån i hovedbank. I annen bank benytter 50 prosent seg av innskudd og plassering, 38 prosent av netjtjenester og både lån og betalingstjenester får en oppslutning på 31 prosent hver.

Deler vi igjen opp i AS og ENK ser vi at det er store forskjeller i hvilke tjenester bedriftene benytter seg av i banken. AS bruker i snitt 5,1 tjenester i hovedbank, og 2,5 tjenester i annen bank per bedrift. ENK bruker i snitt 3,5 tjenester i hovedbank, og 1,5 i annen bank per bedrift.

De tre tjenestene som blir mest brukt av AS i hovedbank, med en oppslutning på 70 prosent hver, er betalingstjenester, lønnsutbetalinger og innskudd og plassering. Den tjenesten som blir mest brukt i annen bank av AS er innskudd og plassering, med en prosentandel på 60. Videre har både lån, betalingstjenester og netjtjenester en oppslutning på 40 prosent.

Tall fra statistisk sentralbyrå viser at det i 2013 var 49 prosent av totalt utlån fra banker i Rogaland til finansielle og ikke-finansielle bedrifter (SSB, 2014).

83 prosent av alle ENK med kundeforhold i mer enn én bank benytter seg av betalingstjenester i hovedbank. Videre er det 67 prosent som benytter seg av netjtjenester og 50 prosent benytter seg av lån. I annen bank er det likt mellom netjtjenester og innskudd og plassering med 33 prosent. Videre får både lån, betalingstjenester, kontanthåndtering, valuta og internasjonale tjenester en oppslutning på 17 prosent.

Fra resultatene i Tabell 18 og Tabell 20 ser vi at samlet sett er det flest som benytter seg av betalingstjenester i hovedbank, med en prosentandel fra AS på 95 og ENK på 66. Videre benytter 67 prosent av alle AS seg av lønnsutbetalinger gjennom bank, i motsetning til ENK hvor 20 prosent benytter seg av samme tjeneste. Innskudd og plassering er prosentvis relativt likt mellom AS og ENK

med en prosentandel på henholdsvis 63 og 63. Nettjenester er også brukt av mange, 61 prosent av AS og 50 prosent av ENK.

19 prosent av alle AS har kundeforhold i mer enn én bank, mens bare 6 prosent av alle ENK har kundeforhold i mer enn én bank.

Tabell 21. Om bedriften har fått oppstarthjelp fra banken.

Har din bedrift fått oppstartshjelp fra banken?	AS	ENK
Ja	9	4
Nei	42	93
Vet ikke	2	0
N	53	97

Fra Tabell 21 ser vi at totalt har 9 prosent av respondentene fått oppstarthjelp fra banken. Av alle AS har 17 prosent fått oppstarthjelp, og av ENK er det 4 prosent som har fått oppstarthjelp.

Tabell 22. Hvilken type hjelp bedriften har mottatt.

Hvilken type oppstartshjelp har din bedrift fått?	AS	ENK
Registrering av firma	1	0
Rådgivning	5	2
Finansiell rådgivning	1	2
Seminar	1	0
Annet	3	2
N	9	4

Tabell 22 viser at av de som har mottatt oppstarthjelp har over halvparten av respondentene har fått hjelp gjennom rådgivning. Spesielt har AS fått denne hjelpen. Halvparten av ENK, som har fått oppstarthjelp, har benyttet seg av rådgivning, finansiell rådgivning eller "annet". 56 prosent av AS, som har fått oppstarthjelp fra banken, har mottatt rådgivning og 11 prosent har mottatt hjelp av registrering av firma, finansiell rådgivning eller seminar.

Av annen type hjelp nevnes næringsstipend.

Av de fire bankene vi intervjuet i Haugesundregionen sier flere at de arrangerer seminar for bedriftskundene, hvor seminarene er spisset mot enkelte områder, alt fra regnskap og revisjon til digitalisering og IT-sikkerhet.

Personen med bred bank-erfaring vi har snakket med sier at nyetablerte bedrifter bruker rådgivningen på en annen måte fordi de kan være mer usikre enn etablerte bedrifter. Han erfarer også at nyetablerte bedrifter søker kontakt på en litt annen måte, at de ber om litt vurderinger, om andre ting enn bare det finansielle, og det er der han mener at regnskapskontorene bør komme sterkere inn, eventuelt sammen med bankene.

Tabell 23. Om bedriften har fast rådgiver i banken.

Har bedriften fast bedriftsrådgiver i banken?	AS	ENK
Ja, én fast rådgiver	33	34
Ja, to eller flere faste rådgivere	6	4
Nei	14	59
N	53	97

Fra Tabell 23 ser vi at 62 prosent av alle AS har én fast bedriftsrådgiver, og 11 prosent har to eller flere faste ansatte i banken. Av ENK har 35,1 prosent én fast bedriftsrådgiver, og 4 prosent har to eller flere faste ansatte i banken. Resterende 26 prosent av AS og 61 prosent av ENK har ikke fast bedriftsrådgiver. Gjennom intervju med ulike banker i Haugesundregionen finner vi at bankene foretrekker å ha én eller et team av ansatte i banken for hver enkelt bedriftskunde (over en gitt størrelse).

Tabell 24. Hvor bedriftsrådgiver er lokalisert.

Hvor sitter bedriftsrådgiver?	AS	ENK
Lokalt	19	25
Regionalt	16	8
Sentralt	4	1
Utenlands	0	0
Vet ikke	0	3
Annet	0	1
N	39	38

I Tabell 24 menes "lokalt" nærmeste filial, med "regionalt" menes Haugesund, og med "sentralt" menes større byer som Bergen, Stavanger eller Oslo osv. Disse definisjonene går igjen i flere spørsmål.

Av de respondenter som har én eller flere faste bedriftsrådgivere i banken, er det 49 prosent av AS og 66 prosent av ENK som har sin bedriftsrådgiver lokalt.

Videre er det 41 prosent av AS og 21 prosent av ENK som har sin bedriftsrådgiver regionalt. 10 prosent av AS og 3 prosent av ENK har bedriftsrådgiver sentralt.

Samtlige av bankene vi intervjuet sa at tjenester SMBer benytter seg av i banken hovedsakelig er rådgivning. Gründere og nyetablerte bruker banken mer enn de godt etablerte.

Det er interessant at av alle som har bedriftsrådgiver(e) så har hele 57 prosent av respondentene bedriftsrådgiver på nærmeste filial.

Bank 1: vår fordel er at vi kjenner markedet og at vi vet hva som er bak tallene.

Bank 4: vi har unik lokalkunnskap.

Bank 3: Det er viktig med kundekjennskap og markedskjennskap.

4.2.2 Tilgjengelighet og kommunikasjon

Tilgjengelighet og kommunikasjon er interessant å se på fordi den teknologiske utviklingen endrer måten vi handler og kommuniserer på. Trenden er at utvikling av teknologiske løsninger for kunder først blir prøvd ut og tilpasset privatmarkedet, deretter bedriftskundemarkedet.

I Nordea står mobil og nettbanken for over 90 prosent av kontaktpunktene mot deres privatkunder. Hos Sparebank1 utgjør mobilbank 65 prosent av det digitale trafikkvolumet. De fleste brukerne er unge, med prosentvis fallende bruk når alder øker (Nilsen, 2015).

Bankene vi intervjuet sa at trenden i bruk av teknologi i SMBer er at yngre brukere er flinkere til å ta i bruk ny teknologi, uavhengig om det er en nyetablert eller etablert bedrift. Likevel mener tre av fire banker at det er lettere å få nyetablerte til å ta i bruk ny teknologi.

Vi ønsket å se på hvordan bedriftene kommuniserer med sin bank.

Tabell 25. Hvordan bedriften kommuniserer med banken.

Hvordan kommuniserer bedriften med banken?	AS	ENK
App på mobil/nettbrett	7	31
Chat	2	7
Mail	38	47
Telefon	42	51
Personlig oppmøte	27	39
Annet	1	4
N	53	97

Fra Tabell 25 ser vi at kommunikasjonsmåten som blir mest brukt, av både AS og ENK, er gjennom telefon. Hele 79 prosent av AS og 53 prosent av ENK bruker telefon som kommunikasjon mellom bedriften og banken. Den kommunikasjonsmetoden som blir brukt nest mest, av både AS og ENK, er e-post. Det er 72 prosent av AS og 49 prosent av ENK som kommuniserer med banken gjennom e-post. Tredje mest brukte kommunikasjonsmåte er ved personlig oppmøte, hvor 51 prosent av AS og 40 prosent av ENK benytter seg av dette.

Både vår informant med lang bank-erfaring og enkelte av bankene vi har snakket med tror det er mer sannsynlig å få hjelp og rådgivning på en lokal filial enn kontor som er sentralisert av nasjonal størrelse. Vår informant sier: "Jeg tror det er lettere å få et svar lokalt. Jeg tror tilstedeværelsen gjør nok at det er enklere i en lokalbank. Jeg tror du blir mer distansert i en større bank da de nok kanskje prioriterer andre sterkere kunder."

Bank 1 har en del kommunikasjon over mail, men fremdeles mye møter med bedriftskundene. De fleste møtene foregår på bankkontoret. Kundebesøk skjer helst ved problem eller ved "show off". Tid er en knapp ressurs for alle, og vi ønsker ikke å trenge seg på bedriftskundene.

Bank 2: Kundebesøk er viktig for oss. Bedriftene liker å bli sett samtidig som vi i banken får en følelse av hva bedriftene gjør. Kundebesøk er altså viktig for både bedriftskundene og oss.

Bank 3: mye av kommunikasjonen går over nett. Vi har gode internettløsninger hvor det aller meste av informasjon kan finnes. Vi har folk tilgjengelig på telefon hele døgnet, og en kan også chatte med oss for å få svar på det en lurer på. Vi har også et eget team som kan ta seg av ny oppstartede bedrifter.

Tabell 26. Hvor ofte noen fra bedriften er innom banken.

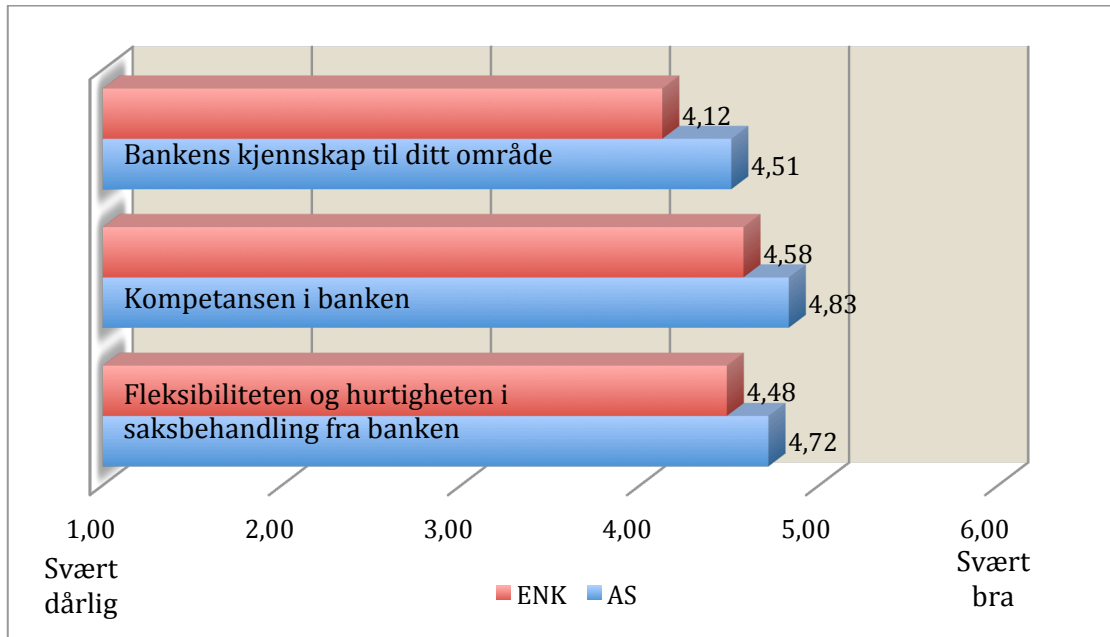
Hvor ofte er noen fra bedriften innom banken?	AS	ENK
Daglig	0	1
1 til 4 ganger per uke	3	5
1 til 3 ganger per måned	13	9
1 til 2 ganger per kvartal	11	14
1 til 2 ganger per år	9	25
Sjeldnere	11	17
Aldri	6	26
N	53	97

Fra Tabell 26 ser vi at de fleste av AS, 25 prosent, oppgir at de er innom banken 1 til 3 ganger per måned. Den største gruppen av ENK er aldri innom banken, 27 prosent. 32 prosent av AS sier de er innom banken sjeldnere enn årlig eller aldri. 44 prosent av ENK sier det samme.

Grunnen til at bedriften er innom banken kan være mye forskjellig. Å ha kontakt med banken gir trygghet og bygger relasjon og tillit mellom bedriften og banken. Det å kjenne banken gir en trygghet når en skal ta større avgjørelser.

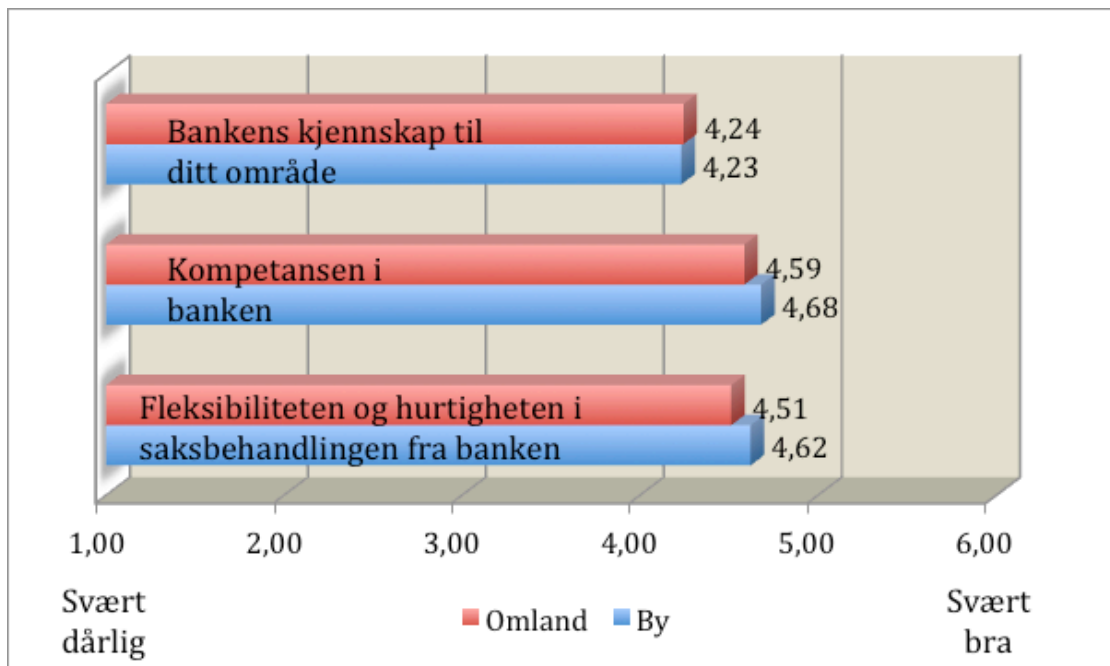
4.3 Hvilke faktorer er viktige for nyetablerte SMB ved kundeforhold hos banken?

I denne problemstillingen ønsker vi å se på hvilke faktorer som er viktige for nyetablerte SMB med tanke på deres kundeforhold i hovedbanken. Er det tilgjengelighet, kunnskap til nærområdet og eller best økonomisk betingelser? For å få et innblikk i hvilke tanker bedriften har om bank har vi sett på spørsmål 23, 24 og 28 for å kunne svare på denne underproblemstillingen.



Figur 2. AS og ENK sine opplevelse av ulike faktorer i banken

Respondentene fikk på dette spørsmålet mulighet til å svare på en skala fra 1 til 6, hvor 1 er svært dårlig og 6 er svært bra. Vi ser av Figur 2 at AS har en generelt bedre opplevelse av banken enn hva ENK har. Det alle bedrifter er mest fornøyd med er kompetansen i banken. Det de er minst fornøyd med er kjennskap til området bedriften er i, men det er ingen vesentlige forskjeller i svarene.



Figur 3. Bedriftens opplevelse av ulike faktorer i banken, lokalisert i by eller omland.

Det er interessant å se hvordan disse svarene fordeler seg mellom bykommunene og omlandskommunene. Fra Figur 3 ser vi at det ikke er stor forskjell mellom bykommunene og omland. Skal vi trekke ut noe, blir det at det kan se ut til at bykommune har en bedre opplevd kompetanse og fleksibilitet og hurtighet enn omlandskommunene. Vi valgte å gå litt mer detaljert i dataene som viste at Karmøy kommer best ut på hurtighet og fleksibilitet i saksbehandlingen (4,83) og kompetanse (4,90). Karmøy havner midt på treet med tanke på kjennskap til område (4,51), hvor Vindafjord (4,55) og Tysvær (4,67) var bedre. Haugesund gjør det dårligst på opplevd kompetanse (4,35) og fleksibilitet og hurtighet i saksbehandlingen (4,33), i tillegg til å komme nest sist på kjennskap til nærområde (3,81) kun slått av Sveio (3,62).

Tabell 27. Hva som er viktig for bedriftene i banken

På en skala fra 1 til 6, hvor 1 er ikke viktig og 6 er svært viktig, hvor viktig er...	AS	ENK
Geografisk nærhet til banken	3,89	3,58
Tilgang til betjent bankkontor	3,89	3,67
Bankens relasjon til bedriften	4,45	3,87
Bankens lokale tilhørighet	4,17	4,01
Bankens støtte til lokalsamfunnet	3,91	3,88
Bankens konkurransedyktighet på priser	5,08	4,88
Bankens konkurransedyktighet på teknologiske løsninger	4,66	4,80
Bankens behandlingstid	4,98	4,86
Bankens kompetanse	5,11	4,98
Fast bedriftsrådgiver hos banken	4,36	3,94
N	53	97

Respondentene fikk også her mulighet til å svare på en skala fra 1 til 6, hvor 1 er ikke viktig og 6 er svært viktig. Resultatene ser vi i Tabell 27.

Vi at AS har svart at de ulike faktorene er generelt viktigere enn det ENK mener. Unntakene er "bankenes konkurransedyktighet", hvor ENK (4,80) gjennomsnittlig mener dette er viktigere enn AS (4,66) og "bankenes støtte til lokalsamfunnet", hvor ENK (3,88) og AS (3,91) synes det er omtrent like viktig. Vi ser at geografisk nærhet, lokal tilhørighet, tilgang til betjent kontor og støtte til lokalsamfunnet er det som er minst viktig blant respondentene. Det viktigste er konkurransedyktigheten, behandlingstid, teknologi og kompetanse i banken.

Tabell 28. Hvor viktig er de ulike faktorer, fordelt mellom bykommune, omland og ukjent.

På en skala fra 1 til 6, hvor 1 er "ikke viktig" og 6 er "svært viktig", hvor viktig er...	Bykommune	Omland	Ukjent
Geografisk nærhet til banken	3,7	3,6	4,5
Tilgang til betjent bankkontor	3,7	3,7	4,5
Bankens relasjon til bedriften	3,9	4,3	5,0
Bankens lokale tilhørighet	4,0	4,2	5,2
Bankens støtte til lokalsamfunnet	3,8	3,9	4,7
Bankens konkurransedyktighet på priser	5,0	4,9	5,0
Bankens konkurransedyktighet på teknologiske løsninger	4,7	4,7	5,0
Bankens behandlingstid	4,9	5,0	4,7
Bankens kompetanse	4,9	5,2	5,2
Fast bedriftsrådgiver hos banken	3,9	4,6	4,8
N	103	41	6

Ser vi på viktigheten av de ulike faktorene i forhold til omland og bykommune, så får vi nokså like verdier som vist i Tabell 28 ovenfor, hvor det ikke er noen klare forskjeller mellom hva bedriftene synes er viktigst for dem. Fra dataene så vi at bedriftene i Haugesund hadde flest lave gjennomsnittlige verdier, mens Karmøy hadde høye gjennomsnittlige verdier. Vi har derfor også valgt å ta inn en tabell som viser gjennomsnittstallene for kommunene, med markering for hva de ulike bedriftene i de ulike kommunene mener er viktigst for dem.

Tabell 29. Hvor viktig ulike faktorer er for bedriften i de ulike kommuner. Skala fra 1 (ikke viktig) til 6 (svært viktig).

	Haugesund	Karmøy	Vindafjord	Etne	Sveio	Tysvær
Geografisk nærhet til banken	3,1	4,0	4,0	3,4	3,4	3,7
Tilgang til betjent bankkontor	3,1	4,1	4,4	3,4	3,1	4,1
Bankens relasjon til bedriften	3,5	4,3	4,5	4,1	4,0	4,6
Bankens lokale tilhørighet	3,3	4,4	3,9	4,3	3,8	5,0
Bankens støtte til lokalsamfunnet	3,4	4,1	3,8	3,9	3,8	4,3
Bankens konkurransedyktighet på priser	5,0	5,0	4,8	5,1	4,7	5,0
Bankens konkurransedyktighet på teknologiske løsninger	4,8	4,7	4,7	4,5	4,5	5,2
Bankens behandlingstid	4,8	5,0	5,4	4,5	4,5	5,6
Bankens kompetanse	4,7	5,1	5,1	5,4	5,0	5,6
Fast bedriftsrådgiver hos banken	4,0	4,2	4,9	4,0	4,6	4,6

Bedriftene mellom kommunene er relativt samstemt på hva som er minst viktig for dem. Fra Tabell 29 finner vi geografisk nærhet til banken, tilgang til betjent bankkontor og bankens støtte til lokalsamfunnet som de tre minst viktigste i minst fem av kommunene. Tre av kommunene har også satt den lokale tilhørigheten nederst, dette er Haugesund, Sveio og Etne. Midt på treet hos alle finner vi bankens relasjon til bedriften. Vindafjord og Etne har satt opp fast bedriftsrådgiver som et av sine tre viktigste faktorer. Haugesund, Etne og Tysvær trekker frem teknologiske løsninger som en av sine tre viktigste faktorer.

Faktorene som blir sett på som viktigst er konkurransedyktige priser, behandlingstid og bankens kompetanse.

Bedriftenes kommentar til nærhet til beslutningstaker og hurtighet:

Bank 1: Prisen må være konkurransedyktig, men nærhet er et fortrinn denne banken har. Vi kan ikke bare konkurrere på pris, det har vi ikke mulighet til. Vi må kunne tilby noe annet, som å være fysisk tilstede og personlig. Det skal være lett tilgjengelig og hurtig. Det er ekstra viktig med hurtighet i SMB-markedet. Rådgiverne jobber i team, hvor alle har kompetanse på områder i alle markeder. Dersom SMBer ber om lån i distriktet så er det et spørsmål som må gå oppover. Likevel er alt lokalisert i Haugesund på ett kontor her, og avstanden til beslutningstaker er ikke stor.

Bank 2: Beslutningsmyndigheten for SMB-markedet ligger i Haugesund. Vi må guide nyetablerte SMB, lære de opp. Geografisk plassering i regionalsentre er viktig.

Bank 3: Hurtighet er en trend i samfunnet. Store bedrifter er mer forståelsesfulle for at ting tar tid enn mindre bedrifter. Vi har fullmakter i Haugesund og alt av SMB kan tas her i Haugesund, noe som medfører kort avstand og bedre konkurransekraft.

Bank 4: Kunder identifiserer seg med banken. Vi ønsker å være så lokalt til stede som mulig med samme, stabile, faste rådgiver. Nærhet til beslutningstaker er veldig viktig – vi har fått mange kunder på det. Andre sitter gjerne i Haugesund eller Stavanger. Hurtighet og korte beslutningslinjer er vesentlig, og vi ser at yngre vil ha ennå hurtigere svar enn eldre.

Bankens kommentar til fysisk tilstedeværelse:

Bank 1: Fysisk tilstedeværelse har verdi, men det går litt i bølgedaler. Det er viktigere for eldre å ha banken i nærheten enn de yngre, som kan gjøre det meste på internett. Det er viktig for bank 1 å være tilstede i kommunesentre og i distriktet i nærheten av næringsklynger. Det er likevel viktig å samle bedriftskompetansen på et sted i regionscenter (Haugesund). Det er så pass korte avstander at alt kan håndteres fra Haugesund. Det er flest kundemøter på hovedkontor, ellers reiser bedriftsrådgiverne også ut på bedriftsbesøk.

Bank 2: Det er viktig å ha ansatte i banken i distriktene, og ennå viktigere enn før, å være tilstede for bedriftene. Kundebesøk er viktig både for bedrifter og banken

Bank 3: Det har ikke noe å si for det største segmentet hvor banken er lokalisert. Store bedrifter er mer uavhengige om det er fysisk tilstedeværelse eller ei. Det er heller ikke så viktig med fysisk tilstedeværelse for SMB. Det som er viktig, er å være tilstede i konkurransen om bedriftskundene. Det er stor konkurranse i Haugesund om bedriftsmarkedet. Det er også konkurranse i distriktene, men de som er fysisk tilstede har en fordel ute i distriktene i forhold til SMB.

En vi de intervjuet mente at tilstedeværelse av filial burde kunne føres på markedsføringsbudsjettet.

Tabell 30. Hvorfor bedriftene har valgt sin hovedbank. Fordelt mellom AS og ENK.

Hvorfor har bedriften valgt denne banken?	AS	ENK	Antall	Prosent
Service	22	35	57	38,0%
Rådgivning	13	13	26	17,3%
Nettverk	13	16	29	19,3%
Tilgjengelighet	27	32	59	39,3%
Nærhet til banken	24	44	68	45,3%
Garanti	3	3	6	4,0%
Annet	10	26	36	24,0%
N	53	97	150	

Vi ser av Tabell 30 at den viktigste grunnen bak valget av bank er nærheten til banken. 45 prosent av respondentene oppgir dette som hovedgrunnen, og fordelingen mellom AS og ENK er lik på dette området. For AS er det over 50 prosent som sa at tilgjengeligheten var en av hovedfaktorene bak valget av bank, for ENK kommer dette som det tredje viktigste faktoren, med 33 prosent. Faktoren havnet totalt sett på andre plass over hva bedriftene la til grunn for å velge banken. På tredje plass, med 38 prosent, har bedriftene sagt at service var i fokus når de valgte bank. Mer underordnet med prosenter mellom 17 – 24 prosent finner vi rådgivning, nettverk og annet. 4 prosent av bedriftene valgte banken på grunn av garanti.

”Annet” har fått en relativ stor svarprosent på 24 prosent. Respondentene ble bedt om å spesifisere hva ”annet” er, og svarene vi fikk var ganske en tydelige, utenom to respondenter hvor den ene skreiv: ”god nettbankløsning hvor jeg kan

knytte opp mine kunder mot min nettbankportal” og den andre: ”avtaler med legeföreningen”. Var det ett stikkord som gikk igjen hos de andre respondentene, dette var privatbruk. 34 respondenter sa at banken ble valgt på grunnlag av at de hadde kundeforhold i banken som privatkunde fra før, hvor enkelte påpekte at dette var en bank de hadde hatt hele livet eller ”historisk familiebank”.

Tabell 31. Hvorfor bedriftene i de ulike kommunene har valgt sin hovedbank.

	Haugesund	Karmøy	Vindafjord	Etne	Sveio	Tysvær
Service	13	26	6	3	3	3
Rådgivning	6	11	2	0	3	2
Nettverk	11	9	2	3	0	0
Tilgjengelighet	10	31	3	7	3	3
Nærhet til banken	16	30	6	3	6	5
Garanti	1	4	0	0	0	0
Annet	16	9	2	0	6	2

Tabell 31 viser hvorfor bedriftene har valgt sin hovedbank etter hvilken kommune de er registrert i. Det mest interessante er at mange begrunner sitt valg bank med nærheten til dem, dette var en av de faktorene bedriftene tidligere mente var minst viktig hos banken, men er en av de største grunnene til at folk har valgt den banken de har kundeforhold i. I Haugesund ser vi at service, nærhet og annet er størst. Annet er, som vi husker, ofte at de har forhold som privatkunde fra før. I Karmøy er det service, tilgjengelighet og nærhet til banken som blir sett på som viktigst. I Vindafjord har vi service og nærhet til banken. Etne er det tilgjengeligheten som skiller seg ut. I Sveio er nærhet til banken og annet som er viktigst. I Tysvær er det også nærhet til banken som skiller seg ut. Det kan se ut til at rådgivning, nettverk og garanti er liten, eller ingen, noe grunn til at bedrifter velger banken som sin hovedbank.

4.4 Er det konkurranse mellom bankene i Haugesundsregionen?

Vi skal i denne underproblemstilling se nærmere på om det er konkurranse mellom bankene i Haugesundregionen. Vi ønsker å finne ut om hele Haugesundregionen er samme reelle bank-området for nyetablerte SMBer, eller om bank-områdene er mer lokale. Under dette ser vi på om bedriftene i bykommunene har flere reelle banktilbydere enn de bedriftene som er i omlandet. Det vil også være interessant å se på bedriftenes tanker om bytte av bank med tanke på konkurransen mellom bankene i Haugesundregionen. I spørreskjemaet er det spørsmål: 10, 15, 17, 24, 25, 26 og 27.

4.4.1 Avstand og beliggenhet bank-bedrift

Tabell 32. Hvilken bank bedriften har som hovedbank.

Hvilken bank er bedriftens hovedbank?	AS	ENK	Antall	Prosent
Haugesund Sparebank	5	10	15	10,1%
Etne Sparebank	2	4	6	4,1%
Sparebank 1 SR-bank	18	31	49	33,1%
Skudenes og Aakra Sparebank	8	8	16	10,8%
Sparebanken Vest	6	8	14	9,5%
Danske Bank	0	1	1	0,7%
DNB	9	21	30	20,3%
Nordea	2	3	5	3,4%
Handelsbanken	3	1	4	2,7%
Tinn Sparebank	0	0	0	0,0%
Skandiabanken	0	4	4	2,7%
Har ikke hovedbank	0	0	0	0,0%
Annet	0	4	4	2,7%
N	53	95	148	100,0%

Fra Tabell 32 ser vi at det er totalt 33 prosent av respondentene som har Sparebanken 1 SR-bank som sin hovedbank. Videre har 20 prosent av respondentene DNB som hovedbank, 11 prosent har Skudenes & Aakra Sparebank, 10 prosent har Haugesund Sparebank og 10 prosent har Sparebanken vest som sin hovedbank.

Av aksjeselskapene er det 34 prosent som har Sparebanken 1 SR-bank som sin hovedbank, 17 prosent har DNB, 15 prosent har Skudenes & Aakra sparebank, 11 prosent har Sparebanken Vest, 10 prosent har Haugesund Sparebank, 6 prosent har Handelsbanken, 4 prosent har Etne Sparebank og 4 prosent har Nordea som sin hovedbank.

Av enkeltpersonforetakene har 33 prosent Sparebank 1 SR-bank, 22 prosent har DNB, 11 prosent har Haugesund Sparebank, 8 prosent har Skudenes & Aakra Sparebank, 8 prosent har Sparebanken Vest, 4 prosent har Etne Sparebank, 4 prosent har Skandiabanken, 3 prosent har Nordea, 1 prosent har Handelsbanken og 4 prosent har annen hovedbank enn de som er nevnt som alternativ som sin bedrifts hovedbank. Valget av bank ser ut til å passe bra med beskrivelsen tidligere i oppgaven om at sparebanker står sterkt, og har en sentral rolle i Haugesundregionen.

Vi ser at de mest populære bankene blant respondentene har to eller flere fysiske kontorer lokalisert i Haugesundregionen. På grunnlag av denne bakgrunnsinformasjonen har vi valgt å se nærmere på om vi kan finne en sammenheng mellom kommunen bedriften er registret i og bankens lokale tilstedeværelse i kommunen med en filial. Under finner vi en oversikt hvor tallene viser hvor mange banker/filialer bankene har i de ulike kommune.

Tabell 33. Sammenhengen mellom bankens kunder og kommunen de er registret i.

	Haugesund	Karmøy	Sveio	Etne	Vindafjord	Tysvær	Ukjent
Haugesund Sparebank	7	4	0	0	3	1	0
Etne Sparebank	0	1	0	4	1	0	0
Skudnes og Åkra sparebank	0	16	0	0	0	0	0
Sparebank 1 SR-bank	12	21	2	1	5	4	4
DNB	12	11	1	0	1	3	2
Handelsbanken	3	0	1	0	0	0	0
Sparebanken Vest	4	1	6	2	0	1	0
Nordea	2	1	1	0	1	0	0
Skandiabanken	2	1	0	1	0	0	0
Danske Bank	0	1	0	0	0	0	0
Andre Banker	0	2	2	0	0	0	0

Vi ser fort av uthevingen i Tabell 33 at det er en tendens til at bedrifter har kundeforhold i en bank som er tilstede i den kommunen bedriften selv er registrert i. Det er ifølge oversikten 107 bedrifter som har bank i samme kommune, mot 35 bedrifter som ikke har banken sin i samme kommune. Dette betyr at 75 prosent av bedriftene har banken fysisk tilstede i sin kommune. Sveio er spesielt interessant i dette tilfellet. Grunnen er at Sparebanken Vest nylig har lagt ned sin filial i kommunen, mens Haugesund Sparebank denne våren har åpnet filial her. Vi har valgt å være forsiktig i vårt anslag, og derfor tatt de seks bedriftene som er registrert i Sveio med Sparebanken Vest som hovedbank, og registret dem som at de ikke har bank i sin kommune siden dette var tilfellet da surveyen ble sendt ut.

Enkelte kommuner, som Vindafjord og Karmøy er veldig i areal, og det vil derfor også være interessant å se på avstanden bedriften har til nærmeste hovedbanks filial i antall minutter i bil.

Tabell 34. Avstand fra bedrift til hovedbank i minutter med bil.

Hva er avstand fra bedriften til hovedbanks filial i minutter?	AS	ENK	Antall	Prosent
under 5 min	21	22	43	28,7%
5 - 14 min	23	41	64	42,7%
15 - 29 min	7	13	20	13,3%
30 - 44 min	1	7	8	5,3%
45 - 60 min	1	2	3	2,0%
60 +	0	5	5	3,3%
Vet ikke	0	7	7	4,7%
N	53	97	150	100,0%

Fra oversikten i Tabell 34 ser vi at 43 prosent av respondentene befinner seg i en avstand mellom 5 og 14 minutter, i bil, fra hovedbank. 29 prosent befinner seg i en avstand på under 5 minutter fra hovedbank. Det vil si at 71 prosent av bedriftene befinner seg i en avstand på under 15 minutter fra banken. Det kan se ut til at respondentene setter pris på å ha enten bankkontor eller filial fysisk nærme bedriften.

Tabell 35. Avstand fra bedrift til nærmeste filial. Minutter i bil. Skiller mellom bykommune og omland.

Hva er avstand fra bedrift til hovedbanks filial i minutter?	Bykommune		Omland		Ukjent	
	Antall	Prosentvis	Antall	Prosentvis	Antall	Prosent
Under 5 min	32	33 %	8	21 %	3	50 %
5 - 14 min	50	51 %	12	31 %	2	33 %
15 - 29 min	9	9 %	10	26 %	1	17 %
30 - 44 min	3	3 %	5	13 %	0	0 %
45 - 60 min	1	1 %	2	5 %	0	0 %
60 +	3	3 %	2	5 %	0	0 %
Totalt	98	100 %	39	100 %	6	100 %

Vi har i oversikten i Tabell 35 valgt å ikke ta med de som oppgir svaralternativet "vet ikke". Ikke unaturlig har bedrifter i bykommuner kortere reisetid til sin hovedbanks nærmeste filial, hvor 83 prosent befinner seg innenfor 14 minutter i bil. Ser vi på omland, finner vi at det samme gjelder for 52 prosent av bedriftene her. Tar vi reisetid innenfor 29 minutter ser vi at det i bykommune er 92 prosent av bedriftene som er innenfor denne reisetiden, mens i omland er det 78 prosent.

4.4.2 Hva er bedriftenes kommentar til avstand mellom bank og bedrift?

Med bakgrunn i disse opplysningene er det interessant å spørre respondentene hva de selv tenker om geografisk nærhet til banken.

Tabell 36. Bedriftens vurdering av viktighet til geografisk nærhet til banken.

Geografisk nærhet til banken	AS	ENK	Antall	Prosent
Ikke viktig	9	17	26	17,3%
Litt viktig	5	14	19	12,7%
Noe viktig	6	18	24	16,0%
Viktig	10	9	19	12,7%
Ganske viktig	9	22	31	20,7%
Svært viktig	14	17	31	20,7%
N	53	97	150	100,0%

Fra Tabell 36 ser vi at det er god spredning på hva respondentene mener om nærhet til banken. Det er relativt jevnt fordelt med prosentvise svar. Slår vi sammen to-og-to kategorier får vi at 30 prosent har svart "ikke viktig" eller "litt viktig", 29 prosent har svart at det er "noe viktig" eller "viktig" og 41 prosent har svart at det er "ganske viktig" eller "svært viktig". Aksjeselskap ser ut til å mene at det er mer viktig med geografisk nærhet til banken enn enkeltpersonforetak.

Tabell 37. Viktigheten av geografisk nærhet til banken fordelt mellom bykommune og omland.

Geografisk nærhet til banken	By kommune		Omland		Ukjent	
	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent
Ikke viktig	20	19 %	6	15 %	0	0 %
Litt viktig	12	12 %	5	12 %	2	33 %
Noe viktig	13	13 %	11	27 %	0	0 %
Viktig	15	15 %	4	10 %	0	0 %
Ganske viktig	23	22 %	7	17 %	1	17 %
Svært viktig	20	19 %	8	20 %	3	50 %
N	103	100 %	41	100 %	6	100 %

Oversikten i Tabell 37 viser forskjellen i svarene sortert etter om bedriften er i en omlandskommune eller bykommune. Skal vi tolke tallene i noen retning ser vi at 41 prosent av bedriftene i bykommune mener det er ganske viktig eller svært viktig med geografisk nærhet til banken. Vi ser også at 20 prosent mener det ikke er viktig. Ser vi på omland er det flest (27 prosent) som sier at geografisk til nærhet til banken er "noe viktig", og 37 prosent mener det er "ganske" eller "svært viktig". Det er ikke noen klare forskjeller mellom bedriftene lokalisert i bykommune og omland med tanke på geografisk nærhet til banken.

Tabell 38. Bedriftens vurdering av viktigheten av tilgang til betjent bankkontor.

Tilgang til betjent bankkontor	AS	ENK	Antall	Prosent
Ikke viktig	8	19	27	18,0%
Litt viktig	6	13	19	12,7%
Noe viktig	7	16	23	15,3%
Viktig	6	10	16	10,7%
Ganske viktig	15	11	26	17,3%
Svært viktig	11	28	39	26,0%
N	53	97	150	100,0%

Tabell 38 viser bedriftenes tanker angående tilgang til betjent bankkontor. Tabellen viser at det her er omtrent en fjerdedel av respondentene som mener det er "svært viktig" å ha tilgang til betjent bankkontor. Det er 31 prosent som mener tilgang til betjent bankkontor er "lite" eller "ikke viktig", 26 prosent som mener det er "noe viktig" eller "viktig", mens 43 prosent mener det er "ganske" eller "svært viktig" med tilgang til betjent bankkontor. Den største kategorien er "svært viktig" med 26 prosent.

49 prosent av AS mener det er "ganske" eller "svært viktig" med tilgang til betjent bankkontor i motsetning til ENK hvor dette tallet er 40 prosent. Dette kan tyde på at det fremdeles er essensielt med tilgangen til et betjent bankkontor på tross av den teknologiske utviklingen og alle nye teknologiske løsninger.

Tabell 39. Viktigheten av tilgang til betjent bankkontor fordelt mellom bykommune og omland.

Tilgang til betjent bankkontor	By kommune		Omland		Ukjent	
	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent
Ikke viktig	21	20 %	6	15 %	0	0 %
Litt viktig	11	11 %	6	15 %	2	33 %
Noe viktig	16	16 %	7	17 %	0	0 %
Viktig	9	9 %	7	17 %	0	0 %
Ganske viktig	20	19 %	5	12 %	1	17 %
Svært viktig	26	25 %	10	24 %	3	50 %
N	103	100 %	41	100 %	6	100 %

Ser vi på Tabell 39 over, hvor bedriftenes svar er delt opp etter hvilken type kommune de er registrert i, ser vi at det ikke er stor forskjell mellom svarene. Vi ser at i omlandskommune er svarene jevnt fordelt, med en liten topp på svært viktig (24 prosent). Ser vi mot bykommune er bedriftene mer fordelt mellom at det er mindre viktig (32 prosent) og mer viktig (44 prosent) enn nøytralt (25 prosent).

Tabell 40 Hvordan respondentene opplever hovedbankens tilgjengelighet.

Hvordan opplever bedriften tilgjengeligheten til hovedbanken?	AS	ENK	Antall	Prosent
Svært tilfredsstillende	21	32	53	35,3%
Tilfredsstillende	21	33	54	36,0%
Nøytralt	10	26	36	24,0%
Mindre tilfredsstillende	1	3	4	2,7%
Lite tilfredsstillende	0	3	3	2,0%
N	53	97	150	100,0%

Det neste spørsmålet som skal gjennomgås er hvordan bedriftene opplever tilgjengeligheten til hovedbanken. Med tilgjengelighet menes kontakt med banken gjennom telefon, filial, e-post, mobilapplikasjon (app) osv.

Fra Tabell 40 ser vi at det er 71 prosent som sier at tilgjengeligheten til hovedbanken er tilfredsstillende eller svært tilfredsstillende. Prosentvis er aksjeselskap mer fornøyd med tilgjengeligheten til hovedbanken enn hva enkeltpersonforetakene er.

Tabell 41. Hvordan bedriftene i bykommune og omland opplever tilgjengeligheten i banken.

Hvordan opplever bedriften tilgjengeligheten til hovedbanken?	By kommune		Omland		Ukjent	
	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent
Svært tilfredsstillende	39	38 %	11	26 %	3	50 %
Tilfredsstillende	35	34 %	18	42 %	1	17 %
Nøytralt	26	25 %	8	19 %	2	33 %
Mindre tilfredsstillende	1	1 %	3	7 %	0	0 %
Lite tilfredsstillende	1	1 %	3	7 %	0	0 %
N	102	100 %	43	100 %	6	100 %

Vi har også delt bedriftene, etter hvor de registrert, mellom bykommune og omland. Vi ser fra Tabell 41 at de fleste bedrifter i bykommune opplever tilgjengeligheten "svært tilfredsstillende" (39 prosent). Vi ser også at flere opplever tilgjengeligheten som "nøytralt" i bykommune (25 prosent), mens den største gruppen bedrifter i omlandet er tilfredsstillt med tilgjengeligheten (42 prosent).

4.4.3 Er bedriftene aktive i bankmarkedet ved å bytte/vurdere å bytte bank?

Fra kapitel 2 kom det frem ulike metoder for å kunne undersøke om det var stor konkurranse mellom banker i et område. En måte er å se på varigheten av kunde-bank relasjon. Tabellen under viser hvor lenge bedriftene har hatt et kundeforhold hos hovedbanken sin.

Tabell 42. Hvor lenge bedriften har hatt kundeforhold hos hovedbank.

Hvor lenge har bedriften hatt kundeforhold hos hovedbank?	AS	ENK	Antall	Prosent
1-2 år	8	34	42	28,0%
2-3 år	6	20	26	17,3%
3-4 år	12	11	23	15,3%
4-5 år	27	32	59	39,3%
N	53	97	150	100,0%

Fra Tabell 42 ser vi at det er 28 prosent av bedriftene som har hatt kundeforhold i sin bank i 1-2 år. Hvis vi ser på AS i forhold til ENK, så har 15 prosent av AS og 35 prosent av ENK vært kunde i hovedbank i 1-2år. 17 prosent har hatt kundeforhold i hovedbanken i 2-3 år, 15 prosent i 3-4 år og hele 39 prosent i 4-5 år. 51 prosent av aksjeselskapene har hatt kundeforhold i hovedbank i 4-5 år, mens 33 prosent av enkeltpersonforetakene har hatt det samme. Fra de dataene vi besitter er det vanskelig å få noe sikkert svar varigheten av kunde-bank relasjonen, men vi har spurt bedriftene om de har byttet bank i løpet av levetiden sin. Dersom bedriften har oppgitt at de ikke har byttet bank, fikk de spørsmål om de hadde vurdert å bytte bank.

Tabell 43. Om bedriften har byttet bank.

Har bedriften byttet bank?	AS	ENK	Antall	Prosent
Ja	15	4	19	12,7%
Nei	38	93	131	87,3%
N	53	97	150	100,0%

Tabell 44. Om bedriften har vurdert å bytte bank.

Har bedriften vurdert å bytte bank?	AS	ENK	Antall	Prosent
Ja	13	23	36	27,5%
Nei	25	70	95	72,5%
N	38	93	131	100,0%

Tabell 43 viser oss at av våre respondenter er det 87 prosent som ikke har byttet bank, og 13 prosent som har byttet bank. Det er vesentlig flere aksjeselskap som har byttet bank i forhold til enkeltpersonforetak med en prosentandel på henholdsvis 28 mot 4.

Tabell 44 viser at av de 131 respondenter som ikke har byttet bank er det 28 prosent som har vurdert å bytte bank, og resterende 73 prosent har ikke har vurdert å bytte bank. Det er 34 prosent av aksjeselskapene som har vurdert å

bytte bank mens det er 25 prosent av enkeltpersonforetak som har vurdert det samme.

Tabell 45. Oversikt over bedrifter som har byttet eller vurdert å bytte rangert etter om de tilhører bykommune eller omland.

	Byttet bank		Vurdert bytte	
	Antall	Prosent	Antall	Prosent
Bykommune	13	13 %	19	18 %
Omland	5	12 %	15	37 %
Ukjent	1		2	
N	19	13 %	36	27 %

Vi ser ut ifra oversikten i Tabell 45 at det er flere bedrifter fra bykommune som har byttet bank, men med tanke på hvor mange bedrifter det er i bykommune og omland, er det prosentmessig like mange som har byttet bank. Ut fra tallene kan en si at sannsynligheten for at en bedrift bytter bank er lik mellom by og omland. For en bank er det derimot mer aktivitet i bykommunen enn i omlandet. I intervjuene kom det frem at det var god konkurranse i bykommunene. Bank 1 uttalte, da i sammenheng med konkurransetilsynet sin rapport, at rådgiverne går ut i krigen hver dag. Bank 2 forteller at de er aktivt ute i markedet ved å ringe til potensielle bedriftskunder. Bank 3 kommenterer at de er av den oppfatningen at konkurransen er hardere i byen enn i omlandet, og at de som bytter bank ofte kommer tilbake igjen etter en stund. Bank 4 sier det er konkurranse også i distriktene, men de som er fysisk tilstede har en fordel i dette området, noe som preger hvor banker setter hovedtrykket mot SMB markedet.

Bankene er samstemte om at de fleste bedriftene først vurderer å bytte bank i forbindelse med investering, generasjonsskifte, nyansatte eller en annen større hendelse. Det er med andre ord sjelden at en bedrift skifter bank i den daglige rutinen. Fra tabellen 46 er det meget interessant å se antallet bedrifter som sier de har vurdert å bytte bank. Nesten 40 prosent av respondentene har vurdert å skifte bank i omlandet, mot kun 18 prosent i bykommune. Vi syntes dette tallet var så interessant at vi valgte å se på kommune nivå både for bytting av bank og vurdering av det.

Tabell 46. Bedrifter som har byttet eller vurdert å bytte bank fordelt etter kommuner.

	Bytte av bank			Vurdert bankbytte		
	Har byttet	Har ikke byttet	Prosent	Har vurdert	Har ikke vurdert	Prosent
Haugesund	6	38	14 %	9	29	24 %
Karmøy	7	52	12 %	10	42	19 %
Vindafjord	2	9	18 %	3	6	33 %
Etne	0	8	0 %	2	6	25 %
Tysvær	2	7	22 %	2	5	29 %
Sveio	1	12	8 %	8	4	67 %
Ukjent	1	5	17 %	2	3	40 %
N	19	131		36	95	

Fra Tabell 46 ser vi at det prosentvis er ganske jevnt mellom de ulike kommunene med tanke på prosentene som har byttet. Etne får 0 prosent siden ingen har bytter, og kun én bedrift har byttet bank i Sveio. Ser vi på den prosentmessige delen som har vurdert å bytte bank er dette mer interessant. Vi ser at den prosentviseandel som har vurdert å bytte bank ligger jevnt for kommunene, mellom 19 prosent – 33 prosent. Vi ser bort fra de som er lokalisert i andre kommuner enn de vi har i vårt utvalg, her representert som "ukjent". I Sveio har hele 62 prosent av bedriftene vurdert å bytte bank, mens 8 prosent hadde faktisk byttet. Sveio kommune har denne våren (2015) hatt en spesiell situasjon hvor Sparebanken Vest la ned sin filial, mens Haugesund Sparebank startet opp en ny filial tre måneder etterpå. Dette ser ut til å ha påvirket bedriftene.

Et interessant spørsmål etter dette er hvor lett/vanskelig bedrifter føler det er å bytte bank. I intervjuene med bankene kom det frem at det er en større prosess for banken med bytte for bedriftskunder enn privatkunder, men at det er enkelt. Bank 2 sa at bedrifter synes bytte av bank kan være noe "herk". (Tar omtrent en uke)

Tabell 47. Hvor lett/vanskelig bedriften føler det er å bytte bank.

Hvor lett/vanskelig føler du det er for bedriften å skifte bank?	AS	ENK	Antall	Prosent
1. Lett	15	25	40	26,7%
2	3	15	18	12,0%
3	14	22	36	24,0%
4	9	17	26	17,3%
5	7	8	15	10,0%
6. Vanskelig	5	10	15	10,0%
N	53	97	150	100,0%

Respondentene fikk her mulighet til å svare på en skala fra 1 til 6, hvor 1 er "lett" og 6 er "vanskelig". Tabell 47 viser at de fleste av respondentene, 27 prosent, føler det er enkelt for bedriften å skifte bank. Det er totalt 63 prosent som har svart en av de "letteste" alternativene, 1-3, mens resterende 37 prosent har valgt de tre "vanskeligste" alternativene, 4-6. Aksjeselskapene føler det er vanskeligere å skifte bank enn hva enkeltpersonforetakene føler da AS har høyere prosentdel svar på de "vanskeligste" alternativene 5 og 6 og lavere prosentandel svar på de "letteste" alternativene 1 og 2 enn hva ENK har.

Tabell 48. Hvor lett/vanskelig bedrifter føler det er å bytte bank fordelt mellom omland eller bykommune.

Hvor lett/vanskelig føler du det er for bedriften å skifte bank?	Bykommune		Omland		Ukjent	
	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent
1. Lett	31	30 %	8	20 %	1	17 %
2	13	13 %	5	12 %	0	0 %
3	20	19 %	15	37 %	1	17 %
4	20	19 %	5	12 %	1	17 %
5	7	7 %	6	15 %	2	33 %
6. Vanskelig	12	12 %	2	5 %	1	17 %
N	103	100 %	41	100 %	6	100 %

Vi ser fra Tabell 48 at i bykommunene var det flest respondenter (31 prosent) som svarte at de mente dette var lett, til sammenligning var det mer nøytralt (37 prosent) hos bedrifter i omlandet. Vi legger også merke til at 12 prosent har sagt det er vanskelig mot, 5 prosent hos omland. Slår vi derimot sammen grupper slik at vi får lett, nøytral og vanskelig, ser vi det er jevnt i gruppen vanskelig, mens de er litt mer optimistiske på "lettheten" ved å bytte bank i bykommune enn i omland.

5. Drøfting

Vi vil bruke svarene fra delproblemstillingene til å drøfte og svare på hovedproblemstillingen.

5.1 Bruker nyetablerte aksjeselskap og enkeltpersonforetak banken likt?

Første underproblemstilling ble diskutert i kapittel 4.2, hvor vi undersøkte om nyetablerte aksjeselskap og enkeltpersonforetak brukte banken på lik måte. Dette er et naturlig spørsmål å ta opp i forhold til hovedproblemstillingen da den belyser hvordan nyetablerte bedrifter (AS og ENK) bruker bankens tjenester og hvordan bedriftene kommuniserer med banken. Dette er relevant når vi ser på nødvendigheten av bankens fysiske tilstedeværelse i den daglig drift av bedriftene.

I kapittel 2, bakgrunnsdelen av oppgaven, ble det gjort rede for ulike typer gründere og dere behov. Fra spørreundersøkelsen kom det frem at AS i snitt bruker flere banktjenester, uavhengig om bedriften har kundeforhold i én eller flere banker. Når bedriften kun har én hovedbank bruker AS gjennomsnitt 3,9 tjenester, mens ENK i snitt bruker 2,7 tjenester. Vi så også fra resultatene at de bedriftene som har kundeforhold i flere banker bruker flere tjenester enn de med kundeforhold i én bank, hvor AS i gjennomsnitt brukte 5,1 tjenester og ENK brukte 3,5 tjenester per bedrift. Resultatene tyder på at bedrifter med flere banker har høyere sannsynlighet for å ha lån. Bedriftene som har to banker har også ofte tilgang på de samme tjenestene, noe som tyder på at de bruker det tilbudet som er best til enhver tid. Andre muligheter kan være at bedriften bruker en tjeneste i annen bank som hovedbanken ikke har tilgjengelig, som for eksempel filial som tar imot innskudd. En annen faktor som tyder på at AS er mer aktive mot banken, er at det er 19 prosent av AS, mot 6 prosent av ENK, som har kundeforhold i flere banker.

Kunnskapen om bedriften, lover og regler ved oppstart av et bedriften er varierende hos gründere. Det kan derfor tenkes at banken er et naturlig sted å søke etter hjelp og råd. Vår survey viser derimot at det er et fåtall av bedriftene

som har oppsøkt oppstarthjelp. I samtale med bankrådgiverne kommer det frem at banken besitter kunnskapen, men det er et fåtall som henvender seg til dem. Ofte blir det brukt regnskapskontorer, familie, venner og/eller bekjente som hjelp i oppstarten.

Under samtaler med bankene kom det frem at de aller fleste bedriftskundene hadde faste rådgivere i bankene. Hos enkelte banker måtte bedriften ha ett eller flere vilkår oppfylt, for eksempel ha gjeld i bedriften, for å ha en fast bedriftsrådgiver. I vår undersøkelse kom det fram at 26 prosent av ASene ikke hadde fast rådgiver, mens 60 prosent av ENK mente det samme. Disse tallene virket høye med tanke på at de aller fleste bedriftene var innom banken en gang i året. Av de som derimot hadde fast bedriftsrådgiver, hadde 90 prosent denne personen i sitt nærområde eller i regionsenteret.

Som sagt var de aller fleste bedriftene innom banken i løpet av ett år, men det er verdt å merke seg at 44 prosent av ENK sa de er innom banken mindre enn en gang i året eller aldri, noe som ikke er sjokkerende med tanke på utviklingen i samfunnet. Samtidig er 30 prosent av ENK som er innom minst én gang i kvartalet. Vi har tidligere påpekt at vi mener AS bruker banken mer aktivt, dette kommer også frem når vi ser på antall besøk i banken, hvor AS er i gjennomsnitt oftere innom banken enn ENK. Halvparten av AS er innom banken minst én gang i kvartalet. Det finnes i dag flere måter å kommunisere med banken på, og ikke uventet er det mail og telefon som er de mest brukte metodene. For AS kommer også bedriftsbesøk, enten hos seg selv eller hos banken, høyt på listen. Vi har også tatt med alternativet App. Dette er foreløpig mest utviklet for privatpersoner og scorer derfor høyere hos ENK enn hos AS.

5.2 Hvilke faktorer mener små- og mellomstore bedrifter er viktige når de velger bank?

Neste underproblemstilling tar for seg hvilke faktorer nyetablerte SMBer legger vekt på i sitt kundeforhold hos banken og er diskutert i kapittel 4.3. Denne underproblemstillingen er relevant for å se på hva som er viktig og avgjørende

for hvorfor bedriften valgte, og velger, å bli i akkurat denne banken som sin hovedbank.

Ved spørsmål om opplevelsen av de tre ulike faktorene som går på kjennskap til nærområde, hurtighet og fleksibilitet og kompetanse i banken, er det kjennskap til nærområde som kommer dårligst ut. Kompetansen i banken kommer best ut, og fleksibilitet og hurtighet er ikke langt bak. AS er generelt mer fornøyd enn ENK på disse områdene.

Det som er mest sentralt er hvor viktig bedriftene mener om ulike faktorer. I spørreundersøkelsen ble respondentene bedt om å vurdere viktigheten av en rekke ulike faktorer. AS svarte generelt at faktorer var viktigere enn ENK, utenom på bankens konkurranse dyktighet på priser hvor ENK mener dette er viktigere enn AS, og faktoren "bankens støtte til lokalsamfunnet" var jevnt. Det er interessant at faktorer som lokal tilhørighet, støtte til lokalsamfunnet og betjent bankkontor blir sett på som nøytralt eller litt viktig, mens faktorene konkurranse dyktige teknologiske løsninger og priser, bankens behandlingstid og kompetanse blir sett på som viktig.

Vi stilte også spørsmål om hvorfor bedriftene valgte sin bank som hovedbank. Det kom frem at service og tilgjengelighet ble sett på som viktig. Noe overraskende, med tanke på tidligere svar, var det at geografisk nærhet til banken ble vurdert som det viktigste i valget av hovedbank. Vi merker oss også alternativet "annet", hvor respondentene kommenterte at fordi de brukte banken privat var det også naturlig å benytte seg av samme bank til bedriften. Dette er en sammenheng også bankrådgiverne vi har snakket med pekte på.

5.3 Er det konkurranse mellom bankene i Haugesundregionen?

Siste underproblemstilling tar opp tema konkurranse mellom bankene i Haugesundregionen. Her ønsker vi å se om Haugesundregionen er ett konkurranseområde, eller om det er flere konkurranseområder innad i regionen, altså om bedriftene i bykommunene har flere reelle tilbydere enn bedriftene i omlandet. Vi har fra forrige underproblemstilling sett at nærhet til banken og

hvilken bank respondent har privat er to avgjørende faktorer for valg av hovedbank.

Oversikten av respondentenes hovedbank viser at sparebankene er i majoritet, noe som også stemmer overens med bakgrunnsinformasjonen fra kapittel 2. Vi har valgt å ta tak i svarene fra spørsmålene om viktigheten med geografisk nærhet. Vi valgte å se nærmere på om det er sammenheng mellom kommunen bedriften er registrert i og hvilke kommuner bankene har kontor eller filial i. Det viste seg at 75 prosent av bedriftene har banken i samme kommune som den er registrert.

Siden kommunene kan være meget store i areal er det også viktig å se på avstanden mellom bedriften og hovedbanken målt i tid. Vi så her at flesteparten av bedrifter i bykommuner hadde hovedbanken innenfor 14 minutter med bil. Ser vi på omland er tallene lavere, her er det omtrent halvparten av bedriftene som er innenfor 14 minutter med bil. Avstanden mellom hovedbank og bedrift er vesentlig større for bedrift lokalisert i omlandet. Ser vi på bedriftenes kommentar om avstand, så mener 30 prosent at det er "ikke viktig" eller "litt viktig", 29 prosent at det er "noe viktig" eller "viktig", mens 41 prosent mener det er "ganske viktig" eller "svært viktig". Når vi sammenligner resultatene mellom bykommunene og omland, finner vi ikke stor forskjell på tallene, men ser vi derimot på spørsmålet om tilgang til betjent kontor er bedriftene i omland mer jevnt fordelt på skalaen, mens bykommunene heller mer mot ytterpunktene. 71 prosent av bedriftene opplyser at tilgjengelighet til hovedbanken enten er "tilfredsstillende" eller "svært tilfredsstillende", mens 24 prosent av bedriftene stiller seg nøytrale. Bykommunene stiller seg mer positivt enn omland til tilgjengeligheten i hovedbanken.

Videre ser vi på om bedriftene er aktive i bankmarkedet, altså om bedriftene tar aktive vurderinger av sitt kundeforhold hos hovedbanken. 13 prosent av de respondentene svarte at de hadde byttet bank. 28 prosent av AS hadde byttet bank, og 4 prosent av ENK. De som har vurdert å bytte bank var det 28 prosent som hadde vurdert, 34 prosent av AS hadde vurdert, og 25 prosent av ENK hadde

gjort det samme. Vi ser at AS virker mer aktive i å bytte og vurdere banktilbudene. Hele 53 prosent av ASene har vurdert og/eller har byttet bank, Hos ENK hadde en fjerdedel vurdert å bytte bank, men få av ENK hadde faktisk byttet bank. På spørsmålet om hvor lett/vanskelig bedriftene føler det er å bytte bank, heller 37 prosent mot vanskelig, noe som viser at en del av bedriftene opplever at det er en byttekostnad.

Ser vi på bykommune og omland er det prosentvis omtrent like mange som har byttet, 12-13 prosent. Ved vurdert bankskifte er det imidlertid stor forskjell. I bykommune er det 18 prosent som har vurdert bankbytte, mens i omland 37 prosent. Ved nærmere undersøkelse ser vi at omlandskommune (27 prosent) ligger gjennomsnittlig litt høyere enn bykommunene (22 prosent) som har vurdert å bytte bank. I Sveio kommune hadde Sparebanken Vest en filial som var den eneste i kommunen da den ble lagt ned, 13 uker etterpå åpnet Haugesund Sparebank en filial Sveio kommune. For Sparebanken vest sine kunder i Sveio er filialen i Haugesund den nærmeste Sparebanken Vest-filial etter nedleggelsen, dette er rundt 20 minutter kjøretur. Haugesund Sparebanks sin inntreden ser ut til å få de nyetablerte bedriftene i tenkeboksen. Dette slår nemlig kraftig ut på vår spørreundersøkelse som ble sendt ut da prosessen med åpning av bankfilialen fantes sted. Sveio var nest lavest med bytting av bank på kun 8 prosent, mens det i de andre kommunene andre lå på 10 – 20 prosent. Vurdering av bytting av bank hadde Sveio 67 prosent, mens de andre kommunene hadde rundt 20-30 prosent. Dette stemmer bra med samtale med bankene om at det må være en forandring i bedriften enten fra indre faktorer som nyansatte med annen bankpreferanse, nytt lån, nytt system eller ytre faktorer som kan være nedleggelse av filial og/eller opprettelse av ny filial. Prosessen rundt det å bytte bank virker det å være delte meninger om, igjen ser vi at omlandet har mer jevnt fordelt meningen enn bykommunen.

6. Konklusjoner

I denne oppgaven har det blitt undersøkt om bankens fysiske tilstede i Haugesundregionen har noen effekt på små- og mellomstore bedrifter.

Problemstillingene som ligger til grunn er:

Hvilken effekt har fysisk tilstedeværelse av bank på nyetablerte små- og mellomstore bedrifter i Haugesundregionen?

Underproblemstillinger:

- 1. Bruker nyetablerte aksjeselskap og enkeltpersonforetak banken likt?*
- 2. Hvilke faktorer mener små- og mellomstore bedrifter er viktige når de velger bank?*
- 3. Er det konkurranse mellom bankene i Haugesundregionen?*

Gjennom oppgaven har vi fått innsikt i at gründere med nyetablerte bedrifter rommer et bredt spekter. Vi har konsentrert oss om gründere med nyetablerte bedrifter, og har delt gründerne inn i fem kategorier. Fra rapporten DNB og Menon (2015) har gitt ut kom det frem at risiko, inntektsusikkerhet, kompetanse og kapital var store hindre for at folk ikke tok steget ut og gjennomførte sin gründerdrøm.

For å konkretisere oppgaven besluttet vi å se på Haugesundregionen. Haugesundregionen er et typisk by-land hvor Haugesund er regionscenter med mindre tettsteder omkring byen. Haugesundregionen blir i stor grad påvirket av å være "i midten" av Bergen og Stavanger. I tillegg er det innad i Haugesundregionen flere ulike konstellasjoner.

Næringslivet i Haugesund er preget av å ligge i oljefylket Rogaland hvor den største næringen i regionen er oljerelatert næring. Bygg og anlegg er også en stor næring i regionen, og i likhet med oljen er denne konjunkturavhengig. I tillegg er bygg og anlegg til dels avhengig av at oljen bringer inntekt til regionen (Espelien, 2014). Primærnæringen er stor i omlandet med blant annet Vindafjord kommune, som er blant de største i landet (fra intervju med ansatte i bank).

Banken blir sett på som en viktig støttespiller for nyetablerte bedriften gjennom tilgang til viktige tjenester, som kapital og rådgivning. Det har vist seg at tilstedeværelse av bank gjør at bedriften får oftere og større banklån, dette kommer ofte som en følge av informasjonsfortrinn (Grimsby, 2013). Informasjonsfortrinn kjennetegnes ved lokalkjennskap til området og bedriften, og kort avstand mellom bedriften og banken. Dette kan også medføre at informasjonsasymmetrien blir mindre.

For å kunne besvare på underproblemstillingene valgte vi å sende ut en spørreundersøkelse til nyetablerte bedrifter i Haugesundregionen, og gjennom respondentenes svar vil vi prøve å besvare problemstillingene.

Første underproblemstilling er følgende: "Bruker aksjeselskap og enkeltpersonforetak banken likt?". Vi ser tendenser til at aksjeselskap og enkeltpersonforetak bruker banken ulikt. Resultater fra spørreundersøkelsen viser at AS bruker, gjennomsnittlig, flere tjenester enn ENK ved kundeforhold i én eller flere banker. Det kan også se ut til at bedriftene som har kundeforhold i mer enn én bank brukte flere tjenester generelt. Det er en større prosentandel av AS som har fast bedriftsrådgiver enn ENK, de aller fleste har bedriftsrådgiver lokalt eller regionalt. AS er generelt oftere innom banken enn ENK, mens en betydelig andel ENK aldri er innom banken. Det må legges til at enkelte ENK kan ha samme bruksmønster som et gjennomsnittlig AS.

Neste underproblemstilling er følgende: "Hvilke faktorer er viktige for små- og mellomstore bedrifter i banken?". Respondentene ble spurt hvor viktig ulike faktorer var for bedriften. Det som er interessant her er at faktorer som lokal tilhørighet, støtte til lokalsamfunnet og betjent bankkontor blir sett på som nøytralt eller litt viktig, mens faktorene konkurransedyktige teknologiske løsninger og priser, bankens behandlingstid og kompetanse blir sett på som viktig. Da vi spurte hvorfor de hadde valgt sin hovedbank, kom service og tilgjengelighet høyt på listen, og på topp var nærhet til banken. Vi hadde også svaralternativet "annet". Svarene respondentene skrev her var at de var

privatkunde fra før, noen gjennom hele livet. Dette tyder på at vurderinger og erfaringer med banken som privatkunde blir avgjørende for hvilken bank bedriften velger. Respondentene føler nok også en nærhet gjennom relasjonen til den banken de har privat, men nærhet kan også sees i sammenheng med at banken er i geografisk nærhet.

Siste underproblemstilling er følgende: "Er det konkurranse mellom bankene i Haugesundregionen?". Vi fant at et klart flertall har hovedbank lokalisert i samme kommune som bedriften er registrert i. Reisetiden mellom bank og bedrift er kortere for bykommune enn for omland. Bedriftene var delt i spørsmålet om viktigheten til avstand. Dette tyder på at bedriftene har ulike behov for nærheten til fysisk bank og at denne trenden er lik mellom bykommune og omland. De fleste av bedriftene er tilfredsstilt med tilgjengeligheten i banken. Bytte av bank ligger jevnt mellom bykommunene og omland. Ser vi på vurdering av bytte av bank, har omland et vesentlig høyere nivå. Kommuner i omland vurderer bankbytte generelt litt sterkere, men årsaken til dette er i hovedsak resultatene fra Sveio. Vi ser også at en del bedrifter opplever en generell byttekostnad når det kommer til bytte av bank. Tiden mellom bank og bedrift, antall banker i de ulike kommunene, tilfredsheten og antallet som vurderer/har byttet bank tyder på at det er konkurranse mellom bankene, men at det helst foregår mellom bankene som er etablert i lokalmiljøet.

Hovedproblemstilling for masteroppgaven er "Hvilken effekt har fysisk tilstedeværelse av bank på nyetablerte små- og mellomstore bedrifter i Haugesundregionen?". Vi synes å se at det er effekt. Første problemstilling viser en tendens til at det er forskjell i hvordan AS og ENK bruker banken, og at det ser ut til at AS er mer aktive enn ENK. Det ser også ut til at fysisk tilstedeværelse er et ønsket gode. Fra andre problemstilling kommer det frem at nærhet og hvilken bank gründerne har privat kundeforhold i, er avgjørende for hvilken bank bedriftene har kundeforhold i. Dette gjelder bare hvis banken blir oppfattet som konkurransedyktig på tjenester og tilbud. Siste problemstilling viser at de fleste er fornøyd med avstand, tilgjengelighet og tilstedeværelsen av banken. Det prosentvise antallet som vurderer, og som faktisk, bytter bank indikerer at det er

konkurransen i bykommunene så vel som i omlandet. Situasjonen i Sveio er veldig interessant da det ikke er ofte en har mulighet til å observere hva bedriftskundene tenker når et slikt bankbytte skjer i en kommune med bare én bank som er fysisk tilstede. Antallet respondenter som har byttet bank er lavt for Sveio. Dette kan tyde på tilfredshet, men samtidig har majoriteten av respondentene vurdert eller vurderer å bytte bank, mest sannsynlig, som følge av nedleggelse av Sparebanken Vest sin filial og åpning av ny filial hos en konkurrent.

Fysisk tilstedeværelse av bank har en effekt på små- og mellomstore bedrifter i Haugesundregionen, men kanskje ikke i den daglige driften. Bedriftene virker tilfreds med de ulike aspektene med dagens banksituasjon. Det ser ut som det er god konkurranse mellom bankene i regionen, med fokus på lokal konkurranse, noe som medfører at bedriftene har reelle muligheter til å bytte bank. De fleste bedriftene er tilfreds med bankens tilgjengelighet, og har sin hovedbank innenfor kommunegrensen. Effekten av å ha lokalbank fysisk tilstede kan sees i Sveio.

6.1 Begrensinger

Vi har i denne oppgaven hovedsakelig benyttet oss av kvantitative metode rettet mot nyetablerte små- og mellomstore bedrifter. Dette for å kunne innhente en betydelig mengde primærdata for å kunne belyse problemstilling og generalisere resultater. En stor svakhet med vår masteroppgaven er den lave svarresponsen som ikke lar seg generalisere, vi har derfor valgt å se på trender. Vi valgte å bruke kvalitativ metode gjennom dybdeintervju av ansatte i ulike banker for å få bedre innsikt. En svakhet med oppgaven er at denne metoden ikke ble brukt for å få innsikt i bedriftenes tanker og holdninger rundt temaer. På grunn av forskjell mellom distrikter kan det bli vanskelig med overførbarhet.

Spørreundersøkelsen inneholder også svakhetstegn. Vi ser i ettertid at undersøkelsen burde hatt bedre formuleringer og konsekvent bruk av alternativer. En annen svakhet er at respondentene ikke fikk svare på hvorfor de vurderte eller hadde byttet bank.

6.2 Bidrag til forskning.

Vårt bidrag til forskning ser på hvilken effekt fysisk tilstedeværelse av bank har for nyetablerte SMBer i Haugesundregionen. Fra spørreundersøkelsen får vi bedriftenes aspekt gjennom bedriftens kundeforhold i bank og innsikt i bedriftenes tanker rundt trenden med nedleggelse av filialer. Fra dybdeintervjuene får vi bankenes meninger og holdninger til SMB segmentet som kunder.

6.3 Forslag til videre forskning

Masteroppgaven har relativt begrenset geografisk område, det vil da være interessant å tatt for seg flere ulike geografiske områder i Norge og sammenligne resultater for å kunne generalisere. Det finnes også en unik mulighet for forskning på hvordan SMBer, og for så vidt privatpersoner, reagerer på nedleggelsen og åpningen av filial i Sveio gjennom for eksempel bruk av kvalitativ metode. En kan også se på hvordan SMBer med kundeforhold i flere banker benytter de ulike banktjeneste hos sine respektive banker.

7. Referanseliste

Askheim, O. G. A. & Grenness, T. (2008). *Kvalitative metoder for markedsføring og organisasjonsfag*. Oslo: Universitetsforlaget.

Bakken, J. B. (08.04.2015). *Gir ikke lån til folk fra Hønefoss*. I: Dagens Næringsliv, nettutgave.

<https://www.dn.no/nyheter/finans/2015/04/08/2156/Bank/gir-ikke-ln-til-folk-fra-hnefoss> (Lest:09.04.15)

EPSI Norge (2014). *Bankbransjen 2014. Sammendrag*. Oslo: EPSI Norway AS.

http://www.epsi-norway.org/images/industry-studies/bank/Presseinformasjon_Bank_2014.pdf (Lest: 02.05.15)

Espelien, A., et al. (2014). *Én region – ett ansikt. Økonomisk samhandling i Haugesundregionen*. (Menon-publikasjon nr. 39/2014). Oslo: Menon Business Economics.

<http://haugalandvekst.no/content/uploads/2014/12/En-region-ett-ansikt-Menon-rapport-Haugesundregionen-Desember-2014.pdf> (Lest: 19.03.15)

Finanstilsynet (2015). *Konsesjonsregisteret*.

<http://www.finanstilsynet.no/no/Venstremeny/Konsesjonsregister/?q=&type=24> (Lest: 06.08.15)

Grimsby, G., et al. (2013). *Lokale sparebankers betydning for norsk næringsliv*. (Menon-publikasjon nr. 21/2013). Oslo: Menon Business Economics.

<http://menon.no/upload/2013/10/28/rapport-lokale-sparebankers-betydning-for-norsk-naringsliv-final.pdf> (Lest: 02.02.15)

Grünfeld, L., et al. (2015). *Én million ideer – veien fra drøm til å lykkes som gründer*. (Rapport for DNB). Oslo: DNB

<http://menon.no/upload/2015/04/20/en-million-ideer.pdf> (Lest: 20.04.15)

Haugesund Sparebank (2014). *Årsrapport 2013*. Haugesund.

<https://haugesund-sparebank.no/wp-content/uploads/sites/2/2014/02/aarsrapport2013.pdf> (Lest: 17.02.15)

Haugesund Sparebank (2015). *Årsrapport 2014*. Haugesund: Vormedal Forlag

<https://haugesund-sparebank.no/wp-content/uploads/sites/2/2014/02/rsrapport-2014.pdf> (Lest: 09.04.15)

Jahren, E. (2014). *Informasjon om Karmøy – på norsk*.

<http://www.karmoy.kommune.no/no/om-about-karmoy/informasjon-om-karmoy-pa-norsk> (Lest: 19.04.15)

Johannessen, A., Christoffersen, L. & Tufte, P. A. (2011). *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*. Oslo: Abstrakt forlag

Merverdiavgiftsloven (2009). *Lov om merverdiavgift av 19. juni 2009 nr. 58*.

https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2009-06-19-58#KAPITTEL_2 (Lest: 12.05.15)

Meinich, P. (2014). *Sparebank*. I *Store norske leksikon*.
<https://snl.no/sparebank> (Lest: 02.05.15)

Meinich, P. & Munthe, P. (2015). *Forretningsbank*. I *Store norske leksikon*.
<https://snl.no/forretningsbank> (Lest: 02.05.15)

Mjøs, A. & Phan, J. (2011). *Den norske bedriftshåndboka. En beskrivende analyse av bankmarkedet for norske bedriftskunder*. (SNF-rapport nr. 04/11). Bergen: Samfunns- og næringslivsforskning AS.
http://www.snf.no/Files/Filer/Publications/R04_11.pdf (Lest: 03.02.15)

Gundersen, F. & Juvkam, D., (2013). *Inndelinger i senterstruktur, sentralitet og BA-regioner* (NIBR-rapport 2013:1). Oslo: Norsk institutt for by-og regionforskning.
<http://www.nibr.no/filer/2013-1.pdf>

Nilsen, J. E., (04.02.15). *Dette er tallene som viser at nordmenn elsker mobile nettbanker. Vi sjekket med de største bankene i landet*. I: Tek.no.
<http://www.tek.no/artikler/dette-er-tallene-som-viser-at-nordmenn-elsker-mobile-nettbanker/167353> (Lest: 09.05.15)

Nærings- og handelsdepartementet (2012). *Små bedrifter – store verdier*. Oslo: Departementets Servicesenter (Trykk).
https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/nhd/vedlegg/rapporter_2012/102377_nhd_smb_web.pdf (Lest: 19.03.15)

Odenrud, H. I. (2012). *Halvparten av bankfilialer kan forsvinne innen 2020*. I: E24, 16.12.2012.
<http://e24.no/boers-og-finans/konsulentselskap-venter-halvering-av-bankfilialer-innen-2020/20312017> (Lest: 02.05.15)

Pedersen, I. H. (2011). *Fakta og tall*. (Haugesund Kommune)
<http://haugesund.kommune.no/om-kommunen/fakta-og-tall> (Lest: 19.04.15)

Proff forvalt
<https://www.forvalt.no/adresselister/utvalg.aspx> (Lest: 05.03.15)

Questback
<http://www.questback.com> (Lest: 03.03.15)

Robb, A. M. (2002). *Small Business Financing: Differences Between Young and Old Firms*. I: *Journal of Entrepreneurial Finance and Business Ventures*: Vol. 7: Iss 2. S.45-64
<http://digitalcommons.pepperdine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1090&context=jef> (Lest: 03.02.15)

Stameland, T., et al. (2008). *Kapitaltilgangen for SMB i ulike deler av landet* (SNF-rapport nr. 15/08). Bergen: Samfunns- og næringslivsforsikring AS.
http://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/165003/R15_08.pdf?sequence=1&isAllowed=y (Lest: 03.02.15)

Statistisk sentralbyrå (2015). *Befolkning og areal i tettsteder, 1.januar 2014. Storbyveksten fortsetter.*
<https://www.ssb.no/befolkning/statistikker/befsett/aar/2015-04-09#content> (Lest: 20.04.15)

Statistisk sentralbyrå (2015). *Befolkning og areal i tettsteder, 1.januar 2014. Om statistikken – definisjoner.*
<https://www.ssb.no/befolkning/statistikker/befsett/aar/2015-04-09?fane=om#content> (Lest: 20.04.15)

Statistisk sentralbyrå (2015). *Folkemengde og befolkningsendringar, 1.kvartal 2015.*
<https://www.ssb.no/befolkning/statistikker/folkendrkv/kvartal/2015-05-19?fane=tabell&sort=nummer&tabell=227581> (Lest: 20.04.15)

Stoltz, G., et al. (2014). *Norges Bank. I: Store norske leksikon.*
https://snl.no/Norges_Bank (Lest: 02.05.15)

Sundvolden-Erklæringen (2013). *Politisk Plattform - for en regjering utgått av Høyre og Fremskrittspartiet.*
<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/politisk-plattform/id743014/> (Lest: 09.06.15)

Thue, L. (2014). *Forandring og forankring: Sparebankene i Norge 1822-2014.* Oslo: Universitetsforlaget.

8. Vedlegg

Vedlegg 1: Oversikt over populasjon og utvalg

	1. Primær- næringsen	2. Industri og bergverk	3. Bygg, anlegg, kraft og vannforsyning	4. Hotell og resturandrift	5. Utenriks sjøfart og førtransport	6. Transport ellers, post og telekom.	7. forr-messig. Tjenesteyting	8. Tjenesteyting ellers	9. Eiendomsdrift	10. Varehandel	Sum	Prosent
Populasjon Etne	28	2	36	8	0	1	30	23	9	12	149	
Utvalg Etne	15	1	20	3	0	1	17	20	4	7	88	59,1 %
Populasjon Sveio	50	1	32	13	0	5	36	60	18	9	224	
Utvalg Sveio	34	1	20	6	0	4	24	43	7	9	148	66,1 %
Populasjon Tysvær	56	5	51	10	0	8	103	87	16	26	362	
Utvalg Tysvær	33	3	30	9	0	6	48	58	13	17	217	59,9 %
Populasjon Karmøy	94	41	253	46	1	42	319	382	111	155	1444	
Utvalg Karmøy	52	24	140	25	1	25	179	292	26	101	865	59,9 %
Populasjon Haugesund	30	32	159	41	20	34	247	532	146	119	1360	
Utvalg Haugesund	12	18	92	19	1	22	132	384	42	68	790	58,1 %
Populasjon Vindafjord	66	5	53	5	0	7	74	70	38	17	335	
Utvalg Vindafjord	38	3	26	2	0	4	38	56	7	11	185	55,2 %
Populasjon andre	0	0	1	0	0	1	3	15	0	1	21	
Utvalg andre	0	0	0	0	0	1	2	10	0	1	14	66,7 %
Totalt populasjon	324	86	585	123	21	98	812	1169	338	339	3895	
utvalg populasjon	184	50	328	64	2	63	440	863	99	214	2307	
%	56,8 %	58,1 %	56,1 %	52,0 %	9,5 %	64,3 %	54,2 %	73,8 %	29,3 %	63,1 %	59,2 %	
Prosent av populasjon	8,3 %	2,2 %	15,0 %	3,2 %	0,5 %	2,5 %	20,8 %	30,0 %	8,7 %	8,7 %	100,0 %	
Prosent utvalg	8,0 %	2,2 %	14,2 %	2,8 %	0,1 %	2,7 %	19,1 %	37,4 %	4,3 %	9,3 %	100,0 %	

Vedlegg 2: Spørreundersøkelse

Hvordan bruker bedriften banken?

Velkommen til spørreundersøkelse om hvordan bedrifter bruker banken.

Din identitet vil holdes skjult.

[Les om retningslinjer for personvern.](#) (Åpnes i nytt vindu)

1) * Hvilken organisasjonsform er bedriften registrert som?

- Enkeltpersonforetak
- DA - delt ansvar
- ANS - ansvarlig selskap
- AS - aksjeselskap
- SA - samvirkeforetak
- Annet

Har det tidligere vært for eksempel et enkeltpersonforetak og gjort om til AS så velg det året bedriften ble stiftet som et AS.

2) * Hvilket årstall er bedriften stiftet?

- 2015
- 2014
- 2013
- 2012
- 2011
- 2010
- Tidligere



Antall ansatte som jobber i bedriften i dag inkludert deltid, vikariat og innleid.

3) * Hvor mange er ansatte i bedriften?

Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Actions vil skje for følgende alternativer:

· mer enn 300 000 000 : Gå til slutten

4) * Hva er bedriftens årlige omsetning?

- 0 - 999 999
- 1 000 000 - 4 999 999
- 5 000 000 - 14 999 999
- 15 000 000 - 29 999 999
- 30 000 000 - 49 999 999

- 50 000 000 - 99 999 999
- 100 000 000 - 199 999 999
- 200 000 000 - 299 999 999
- mer enn 300 000 000
- Annet

- Vet ikke



5) * Hvilken næring opererer bedriften i?

- Primærnæringen
- Eiendomsdrift
- Industri og bergverk
- Bygg, kraft, anlegg og vannforsyning
- Hotell og restaurantdrift
- Varehandel
- Utenriks sjøfart og rørtransport
- Transport ellers, post og telekommunikasjon
- Forretningsmessig tjenesteyting
- Tjenesteyting ellers
- Annet

- Vet ikke

6) Er bedriften et selvstendig selskap eller datterselskap?

- Datterselskap
- Selvstendig selskap
- Annet

- Vet ikke

7) * I hvor mange banker har bedriften kundeforhold?

- Ingen
- 1
- 2
- 3

4 eller flere

Vet ikke



Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (Hvis I hvor mange banker har bedriften kundeforhold? er lik Ingen
-)

Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Actions vil skje for følgende alternativer:

· Other (alternative answers) : Gå til slutten

8) * Hvordan ordner bedriften med betaling, fakturering og andre pengetransaksjoner?

Outsourcer

Annet,

spesifiser:



Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (Hvis I hvor mange banker har bedriften kundeforhold? er lik 1
-)

Kryss av for hver tjeneste bedriften bruker.

9) * Hvilke banktjenester benytter bedriften seg av?

- Lån
- Kassakreditt
- Betalingstjenester
- Innskudd og plassering
- Lønnsutbetalinger
- Kontanthåndtering
- Valuta
- Internasjonale tjenester
- Nettjenester
- OCR (faktura med KID-nummer)

Garanti

Annet

Vet ikke



Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (
 - Hvis I hvor mange banker har bedriften kundeforhold? *er lik 2*
 - eller
 - Hvis I hvor mange banker har bedriften kundeforhold? *er lik 4 eller flere*
 - eller
 - Hvis I hvor mange banker har bedriften kundeforhold? *er lik 3*
 - eller
 - Hvis I hvor mange banker har bedriften kundeforhold? *er lik 1*
-)

Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Actions vil skje for følgende alternativer:

- Har ikke hovedbank : Gå til slutten

Ved hovedbank menes hvor bedriften har foliokonto og/eller driftskreditt

10) * Hvilken bank er bedriftens hovedbank?

Haugesund Sparebank

Etne Sparebank

Sparebank 1 SR-bank

Skudnes og Åkra Sparebank

Sparebanken Vest

Danske Bank

DNB

Nordea

Handelsbanken

Tinn Sparebank

Skandiabanken

Har ikke hovedbank

Annet



Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (
 - Hvis I hvor mange banker har bedriften kundeforhold? *er lik 2*
 - eller
 - Hvis I hvor mange banker har bedriften kundeforhold? *er lik 4 eller flere*
 - eller
 - Hvis I hvor mange banker har bedriften kundeforhold? *er lik 3*
-)

11) * Hvilke banktjenester benytter bedriften seg av i hovedbank?

- Lån
- Kassakreditt
- Betalingstjenester
- Innskudd og plassering
- Lønnsutbetalinger
- Kontanthåndtering
- Valuta
- Internasjonale tjenester
- Nettjenester
- OCR (faktura med KID-nummer)
- Garanti
- Annet



Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (
 - Hvis I hvor mange banker har bedriften kundeforhold? *er lik 2*
 - eller
 - Hvis I hvor mange banker har bedriften kundeforhold? *er lik 4 eller flere*
 - eller
 - Hvis I hvor mange banker har bedriften kundeforhold? *er lik 3*
-)

12) * Hvilke tjenester benytter bedriften seg av i de andre bankene?

- Lån
- Kassakreditt
- Betalingstjenester
- Innskudd og plassering

- Lønnsutbetalinger
- Kontanthåndtering
- Valuta
- Internasjonale tjenester
- Nettjenester
- OCR (faktura med KID-nummer)
- Garanti
- Annet



13) * Har din bedrift fått oppstarthjelp fra banken?

- Ja
- Nei
- Vet ikke



Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (Hvis Har din bedrift fått oppstarthjelp fra banken? er lik Ja
-)

14) * Hvilken type oppstarthjelp har din bedrift fått?

- Registrering av firma
- Rådgivning
- Finansiell rådgivning
- Seminar
- Annet



Gitt at man kjører bil

15) * Hva er avstand fra bedriften til hovedbanks filial i minutter?

- under 5 min
- 5 - 14 min
- 15 - 29 min

- 30 - 44 min
- 45 - 60 min
- 60 +
- Vet ikke



16) * Hvor ofte er noen fra bedriften innom banken?

- Daglig
- 1 til 4 ganger per uke
- 1 til 3 ganger per måned
- 1 til 2 ganger per kvartal
- 1 til 2 ganger per år
- Sjeldnere
- Aldri

Med tilgjengelighet menes kontakt med banken gjennom telefon, filial, epost, app osv.

17) * Hvordan opplever bedriften tilgjengeligheten til hovedbanken?

- Svært tilfredsstillende
- Tilfredsstillende
- Nøytralt
- Mindre tilfredsstillende
- Lite tilfredsstillende

18) * Hvordan kommuniserer bedriften med banken?

- App på mobil/nettbrett
- Chat
- Mail
- Telefon
- Personlig oppmøte
- Annet

19) * Har bedriften fast bedriftsrådgiver i banken?

- Ja, én fast rådgiver
- Ja, to eller flere faste rådgivere
- Nei



Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (
 - Hvis Har bedriften fast bedriftsrådgiver i banken? *er lik* Ja, to eller flere faste rådgivere
 - eller
 - Hvis Har bedriften fast bedriftsrådgiver i banken? *er lik* Ja, én fast rådgiver
-)

Med "lokalt" menes nærmeste filial.

Med "regionalt" menes Haugesund.

Med "sentralt" menes større byer som Bergen, Stavanger, Oslo osv.

20) * Hvor sitter bedriftsrådgiver?

Lokalt

Regionalt

Sentralt

Utenlands

Annet

Vet ikke

Ved beslutningstaker menes den som kan godkjenne større lån, kreditt osv. til bedriften.

Med "lokalt" menes nærmeste filial.

Med "regionalt" menes Haugesund.

Med "sentralt" menes større byer som Bergen, Stavanger, Oslo osv.

21) * Hvor sitter beslutningstaker i banken?

Lokalt

Regionalt

Sentralt

Utenlands

Annet

Vet ikke

22) * Hvordan er bedriftens relasjon til banken?

Nær og personlig

God

Nøytral

Lite god

Ikke personlig

23) * Fra en skala fra 1 til 6, der 1 er dårlig og 6 er svært bra, hvordan opplever bedriften...

1 2 3 4 5 6

	1	2	3	4	5	6
Fleksibiliteten og hurtigheten i saksbehandling fra banken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetansen i banken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bankens kjennskap til ditt område	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24) * På en skala fra 1 til 6, hvor 1 er ikke viktig og 6 er svært viktig, hvor viktig er...						
	1	2	3	4	5	6
Geografisk nærhet til banken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilgang til betjent bankkontor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bankens relasjon til bedriften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bankens lokale tilhørighet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bankens støtte til lokalsamfunnet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bankens konkurransedyktighet på priser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bankens konkurransedyktighet på teknologiske løsninger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bankens behandlingstid	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bankens kompetanse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fast bedriftsrådgiver hos banken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



25) * Har bedriften byttet bank?

Ja

Nei



Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (Hvis Har bedriften byttet bank? er lik Nei
-)

26) * Har bedriften vurdert å bytte bank?

Ja

Nei

27) * Hvor lenge har bedriften hatt kundeforhold hos hovedbank?

1-2 år

2-3 år

3-4 år

4-5 år

28) * Hvorfor har bedriften valgt denne banken?

Service

Rådgivning

Nettverk

Tilgjengelighet

Nærhet til banken

Garanti

Annet

På en skala fra 1-6, der 1 er lett og 6 er vanskelig,

29) * Hvor lett/vanskelig føler du det er for bedriften å skifte bank?

1

2

3

4

5

6

30) * Benytter din bedrift intern eller ekstern regnskapsføring?

Intern

Ekstern



31) * Hvilket postnummer er bedriften registrert på?

Vedlegg 3: E-post invitasjon

Undersøkelse om hvordan bedrifter benytter seg av bank

Hei,

Vi er to masterstudenter ved Handelshøyskolen ved Norges Miljø og Biovitenskapelige Universitet. I forbindelse med vår masteravhandling har vi valgt å gjennomføre en spørreundersøkelse om hvordan små og mellomstore bedrifter benytter seg av bank.

I den anledning håper vi at du /dere har mulighet til å sette av 3-5 minutter til å besvare noen enkle spørsmål. Undersøkelsen er anonym og vil bli behandlet konfidensielt.

Dersom du ønsker å delta, trykk på linken under:

(LINK)

På forhånd, takk for ditt bidrag.

Dersom du har noen spørsmål om undersøkelsen eller har problemer med å besvare undersøkelsen via linken, kontakt:

Kristine F. Pedersen, mail: kristine.pedersen0@nmbu.no, Tlf.: 934 90 575
Sindre T. Støle, mail: sindre.stole@nmbu.no, Tlf.: 414 00 683

Med vennlig hilsen

Kristine Fatland Pedersen og Sindre Thuestad Støle, masterstudenter ved Handelshøyskolen ved NMBU

Hva skjer med informasjonen om deg og din bedrift?

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt. Det er bare vi to som jobber med oppgaven som har tilgang til opplysningene mens oppgaven utarbeides. Opplysningene blir lagret på våre personlige bærbare datamaskiner.

Du som deltaker, som person og bedrift, vil ikke kunne gjenkjennes direkte eller indirekte i den ferdige oppgaven. Målet er å samle nok respondenter til å kunne si noe om hvordan SMB-markedet samlet sett benytter seg av sin bank.

Prosjektet skal etter planen avsluttes 15.06.15. Alt datamaterialet vil slettes etter at oppgaven er ferdig.

Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i studien og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi noen grunn. Dersom du trekker deg, vil alle opplysninger om deg bli anonymisert. Personvernombudet forutsetter at det klareres med ledelsen ved hver bedrift at undersøkelsen kan gjennomføres blant de ansatte.

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS.

Vedlegg 4: E-post påminnelse

Undersøkelse om hvordan bedrifter benytter seg av bank

Hei,

I forbindelse med vår masteroppgave sendte vi i forrige uke ut en spørreundersøkelse. Dersom du/dere allerede har besvart undersøkelsen, er vi svært takknemlige. Dersom du får dette som en påminnelse, håper jeg du har anledning til å sette av 3-5 minutter for å besvare undersøkelsen.

(Vi er to masterstudenter ved Handelshøyskolen ved Norges Miljø og Biovitenskapelige Universitet. I forbindelse med vår masteravhandling har vi valgt å gjennomføre en spørreundersøkelse om hvordan små og mellomstore bedrifter benytter seg av bank.

I den anledning håper vi at du /dere har mulighet til å sette av 3-5 minutter til å besvare noen enkle spørsmål. Undersøkelsen er anonym og vil bli behandlet konfidensielt.)

Dersom du ønsker å delta, trykk på linkene under:

(LINK)

På forhånd, takk for ditt bidrag.

Dersom du har noen spørsmål om undersøkelsen eller har problemer med å besvare undersøkelsen via linkene, kontakt:

Kristine F. Pedersen, mail: kristine.pedersen0@nmbu.no, Tlf.: 934 90 575
Sindre T. Støle, mail: sindre.stole@nmbu.no, Tlf.: 414 00 683

Med vennlig hilsen

Kristine Fatland Pedersen og Sindre Thuestad Støle, masterstudenter ved Handelshøyskolen ved NMBU

Hva skjer med informasjonen om deg og din bedrift?

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt. Det er bare vi to som jobber med oppgaven som har tilgang til opplysningene mens oppgaven utarbeides. Opplysningene blir lagret på våre personlige bærbare datamaskiner.

Du som deltaker, som person og bedrift, vil ikke kunne gjenkjennes direkte eller indirekte i den ferdige oppgaven. Målet er å samle nok respondenter til å kunne si noe om hvordan SMB-markedet samlet sett benytter seg av sin bank.

Prosjektet skal etter planen avsluttes 15.06.15. Alt datamaterialet vil slettes etter at oppgaven er ferdig.

Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i studien og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi noen grunn. Dersom du trekker deg, vil alle opplysninger om deg bli anonymisert. Personvernombudet forutsetter at det klareres med ledelsen ved hver bedrift at undersøkelsen kan gjennomføres blant de ansatte.

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS.

Vedlegg 5: Invitasjon intervju banker

Hei ...,

Vi er to studenter, Kristine Pedersen og Sindre Støle, ved Handelshøyskolen i Ås som skriver masteroppgave om temaet/problemstillingen "Bankens påvirkning på nyetableringer av SMB i distriktet". Altså vil vi undersøke om det er av betydning for nyetableringer i distriktet at det finnes en fysisk bank tilstede, eller om utviklingen av banknæringen og bedriftenes behov har ført til at dette ikke har noen vesentlig effekt.

Vi har valgt å konkretisere oppgaven ved å fokusere på Haugesund, Tysvær, Sveio, Vindafjord, Bokn, Utsira, Etne og Karmøy som område. Dette er også et naturlig område for tilknytting til Haugesundregionen.

For å kunne besvare oppgaven, som har hovedfokus på nyetablerte bedrifter, vil vi gjennomføre en spørreundersøkelse blant nyetablerte bedrifter i området i tillegg til å gjennomføre intervju med ulike banker i området. Det er i den anledning vi kontakter deg, Vi håper du har mulighet for å delta på et intervju hvor vi vil snakke om temaene SMB, bankvesenet og nyetableringer på Haugalandet.

Vi vil presisere at intervjuet helt og holdent er anonymt, foretaket skal ikke kunne identifiseres i oppgaven. Vi vil også presisere at ingen, utenom Sindre Thuestad Støle, Kristine Pedersen og vår veileder på masteroppgaven (Olvar Bergland), kommer til å få eller har tilgang til vår data. Alle intervjuer blir slettet når oppgaven er ferdig.

Vi kommer til å ta kontakt med deg i løpet av uken for å høre om dette høres interessant ut.

Mvh.

Sindre Thuestad og Kristine Pedersen.



Norges miljø- og
biovitenskapelige
universitet

Postboks 5003
NO-1432 Ås
67 23 00 00
www.nmbu.no