





KUNNSKAP

Studentarbeider ved økonomisk- administrative fag Campus Bergen, Haugesund og Sogndal

Årboken KUNNSKAP har studenter, fagfeller og arbeidsgivere som viktigste målgruppe. Våre tre institutt for økonomisk-administrativ utdanning ved Høgskulen på Vestlandet har samla utdanna vel 2700 bachelor studenter de siste 15 år. Vel 1100 i Bergen, vel 600 i Haugesund og vel 1000 i Sogndal. I Bergen er også 84 studenter ferdige med mastergrader i Innovasjon og entreprenørskap (ingeniør) og Innovasjon og leiling (samfunnsfag). Masterutdanningen har vært en bred satsing de siste 8 år ved Avdeling for ingeniør og økonomi ved Campus Bergen.

Årboken skal være et minne til våre studenter som er ferdig med sin utdanning i år og bidra til fremtidig alumnisamhold. Årboken skal også vise bredden i kunnskap i studentarbeidene som bachelor- og masteroppgavene utgjør.

Hilsen redaksjonen

Tom Skaug, Instituttleder Campus Bergen

Tone Merete Brekke, Studieleder Campus Haugesund

Leif Longvanes, Instituttleder Campus Sogndal

Anne Birgitte Rodal, Prosjektleder



Høgskulen
på Vestlandet



Innhold

Forord

Bachelorprogrammene

Bacheloroppgavene i Bergen. Fordypning:

Administrasjon og ledelse

Logistikk

Samfunnsøkonomi

Regnskap og skatt

Bacheloroppgavene i Haugsund

Bacheloroppgavene i Sogndal

Lærerstab

Masterprogrammene

Mohnsenteret for innovasjon og regional utvikling

Masteroppgavene

Innovasjon og entreprenørskap

Innovasjon og ledelse

Vedlegg:

Litteraturlister



TAKK FOR INNSATSEN

Gode studenter,

Gratulerer med avlagt eksamen. Takk for innsatsen. I denne årboken gir vi en presentasjon av studentarbeider fra ferdige bachelor- og masterkandidater ved de tre instituttene for Økonomisk-administrativ utdanning ved Høgskulen på Vestlandet.

De fleste oppgavene er presentert med kopi av studentenes egne posterpresentasjoner eller ved sammendrag. Dette er vårt bidrag til minnebok for 2016-2017.

Gode fagfeller ved HVL,

Gratulerer med så mange flotte studentarbeider. Flere har en kvalitet som gjør at de gir samfunnet ny kunnskap og nye spørsmål for videre forskning. Takk for innsatsen for å undervise, veilede og oppmuntre våre studenter.

Gode samarbeidspartnere i samfunns-, arbeids-, og næringsliv, i denne årboken finner dere presentasjon av avslutningsarbeidene fra våre studenter. De viser bredde og dybde innen de ulike fagretningene våre institutt underviser i.

Ta gjerne kontakt med oss dersom dere har tema våre studenter kan jobbe med kommende år.

Nærmere informasjon om studiene finner dere på www.hvl.no

Takk til alle avgangsstudentene som har bidratt med materialet til boken.

En takk også til grafisk designer Augon Johnsen for katalogdesign.

Redaksjonen



BACHELORPROGRAMMENE



Bergen

Bachelorutdanning innen økonomi og administrasjon ved Campus Bergen er en allsidig utdanning som gir et godt grunnlag innen bedriftsøkonomi, regnskap og samfunnsøkonomi, samt mer ledelsesrettede disipliner som organisasjon, markedsføring og strategi.

Med bachelorgrad i økonomi og administrasjon er våre studenter kvalifisert for

en rekke forskjellige jobber i offentlige og private virksomheter, interesseorganisasjoner og frivillige organisasjoner. Arbeidsoppgaver kan omfatte regnskap, markedsføring, innkjøp, personalforvaltning eller mer generelle administrative oppgaver. Vi legger stor vekt på å forberede våre studenter til lederjobber med vekt på faglig kvalitet, innovasjon og vilje og evne til å ta samfunnsansvar.

Utdanningen kvalifiserer både direkte til arbeidslivet og til videre studier på masternivå. Bachelorgraden med godt resultat gir et godt grunnlag for å ta en mastergrad. Studiet er et treårig bachelorprogram. Det faglige innholdet er sammensatt av bedriftsøkonomisk analyse (regnskap, budsjettering, finansiering og investering), administrative fag (organisasjon, markedsføring, strategi), samfunnsøkonomiske fag (mikroøkonomi og makroøkonomi) og metodefag (matematikk, statistikk, informasjonsbehandling). Det tredje året fordypet våre studenter seg i innen administrasjon og ledelse, logistikk, regnskap og skatt, samfunnsøkonomi eller markedsføring.

Bachelorstudiet blir avsluttet med en gruppebasert bacheloroppgave. Studiet er dels basert på forelesninger og veiledning fra høyskolens lærerstab, dels på selvstudium og gruppearbeid. Det blir lagt vekt på å utvikle selvstendighet i arbeidet slik at studentene tar ansvar for egen læring. Ekskursjoner og gjesteforelesninger inngår også i studieopplegget. Flere av fordypningene har lagt til rette for at et utvekslingsopphold i 5. semester ved en institusjon som instituttet har utvekslingsavtale med.





Haugesund

Bachelorutdanning innen økonomi og administrasjon ved campus Haugesund er en treåring utdanning basert på nasjonalt råd for økonomisk-administrativ utdanning (NRØA)s anbefalte plan som samordner bachelorstudier innen økonomi og administrasjon i Norge. Studieplanen er bygd opp med obligatoriske emner innen bedriftsøkonomisk analyse (finans, investering, økonomistyring og regnskap), administrative fag (strategi, organisasjon, ledelse, etikk og markedsføring), samfunnsøkonomiske fag (mikroøkonomi, makroøkonomi og by og regionaløkonomi) samt metodefag (matematikk, statistikk og samfunnsvitenskapelig metode) i de to første årene av studiet. Siste år av studiet gis studenter muligheten til fordypning ved valg av tre forskjellige profiler. Vi tilbyr spesialisering innen regnskap (dekker utdanningskravet til autorisasjon

som regnskapsfører), finans og økonomistyring (spesielt tilpasset videre masterstudier) samt administrasjon og ledelse med hovedvekt på HR og markedsføring. I siste semester samarbeider studentene i mindre grupper om å skrive en bacheloroppgave som belyser relevante problemstillinger basert på studentenes faglige nysgjerrighet. Mange av bacheloroppgavene skrives på oppdrag fra regionalt næringsliv. I studiet legger vi ellers til rette for praksis innen økonomi og administrasjon som gir studentene muligheter for å bli kjent med både regionalt næringsliv og bransjer de finner interessante. I femte semester gis studentene tilbud om utveksling til samarbeidsinstitusjoner rundt om i verden som en integrert del av studiet. Med over 35 utreisemulighet gir USA, Brasil, Australia, New Zealand, Japan, Kina, Sør Korea, samt en rekke

europiske land gode muligheter for global erfaring og nettverk. Utdanningen gir et godt grunnlag for videre studier på masternivå, både siviløkonom og andre masterstudier innen økonomi og administrasjon, både nasjonalt og internasjonalt. Utdanningen gir også et godt grunnlag for direkte overgang til arbeidslivet til stillinger innenfor det økonomisk-administrative fagområdet i privat og offentlig sektor og stimulerer også til muligheten for å etablere egen virksomhet. Mange av våre studenter går direkte inn i stillinger innen regnskap, bank, forsikring, konsultentselskaper, forretningsvirksomhet, offentlig forvaltning innen statlige, fylkeskommunale og kommunale virksomheter (helse, utdanning osv.). Fra 2015 tilbyr vi også bachelor innen økonomi og administrasjon som deltidsstudium over fem år.





Sogndal

Ved Institutt for økonomi og administrasjon Campus Sogndal er det 4 bachelorutdanninger som byggjer på økonomisk-administrative emne. Bachelorutdanningane i økonomi og administrasjon, økonomi og jus, reiselivsleiing og eigedomsmeistring skal gje studentane ei brei kompetanseplattform for å arbeide som fagpersonar eller rådgjevarar i privat næringsliv, offentleg sektor og andre organisasjonar. Studia skal og gjere kandidatane i stand til å arbeide som mellomleiarar og leiarar i privat og offentleg sektor. Dei fire bachelorutdanningane gjev også studentane eit godt grunnlag for vidare studiar på masternivå.

Bachelorutdanninga i økonomi og jus gjev studentane ei brei kompetanseplattform innan økonomisk-administrative emne og ei ekstra fordjuping i juridiske emne. Kandidatar frå studiet har kom-

petanse for å arbeide som fagpersonar, rådgjevarar og leiarar og har ein spesiell kompetanse for å arbeide med oppgåver i skjeringpunktet mellom økonomi og jus.

Bachelorutdanninga i reiselivsleiing har fokus på vekstnæringa reiseliv. Studiet skal gje studenten ein brei kompetanseplattform for å arbeide innan reiselivsnæringa som til dømes å leia verksemdar innan transport, overnatting, attraksjonar, aktivitets- og opplevingsbaserte og/eller til å jobbe innan marknadsføring og sal i reiselivet. Studiet legg og til rette for å jobbe med eiga entreprenørverksemd og innovasjonsutvikling.

Bachelorutdanninga i eigedomsmeistring er både ei bransjespesifikk utdanning innanfor eigedomsmeistring og ei økonomisk-administrativ utdanning. Studenten får kompetanse for å kunne arbeide som eigedoms-

meklar og vil etter å ha arbeidd som eigedomsmeklarfullmektig kunne søkje Finanstilsynet om autorisasjon som eigedomsmeklar.

Bachelorutdanninga i økonomi og administrasjon har vore ved Campus Sogndal i 35 år. Utdanninga gjev ein generell økonomisk-administrativ utdanning og inneheld fagområder som bedriftsøkonomisk analyse, marknadsføring, metode, organisasjon og leiing, samfunnsøkonomi og rekneskap. Ved å velje emne innan finansrekneskap, skatte- og avgiftsrett, rettslære og bachelorproppgåve i rekneskap kan studentane etter to års relevant praksis søkje Finanstilsynet om autorisasjon som rekneskapsførar





Medvirkning i endringsprosesser

*Fusjonen mellom Høgskulen i Bergen,
Høgskulen Stord/Haugesund og Høgskulen
i Sogn og Fjordane*

Medvirkning
Fusjonsprosess
Endringsprosess

Emilie Olsen
Kathrine Iversen
Lena Byrkjeland



Emilie Olsen



Kathrine Iversen



Lena Byrkjeland

MEDVIRKNING I ENDRINGSPROSESSER

FUSJONEN MELLOM HØGSKOLEN I BERGEN, HØGSKOLEN STORD / HAUGESUND OG HØGSKULEN I SOGN OG FJORDANE

 LENA BYRKJELAND

 KATHRINE IVERSEN

 EMILIE OLSEN

@ INSTITUTT FOR ØKONOMISK-ADMINISTRATIVE FAG - FORDYPNING I LEDELSE OG ADMINISTRASJON

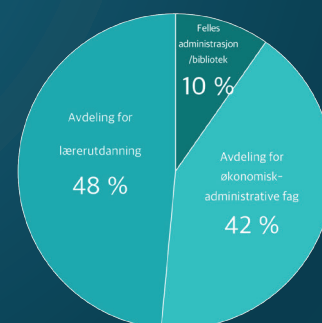


Hvordan opplever de ansatte i Bergen sine medvirkningsmuligheter i fusjonen mellom HiB, HSH og HiSF?

58% Opplevde at de i større grad ikke hadde hatt mulighet til å påvirke fusjonsprosessen så langt. Hva kan dette skyldes?

Utgangspunktet for denne bacheloroppgaven var fusjonen mellom Høgskolen i Bergen (HiB), Høgskolen Stord/Haugesund (HSH) og Høgskolen i Sogn og Fjordane (HiSF). Studiens hensikt var å beskrive hvordan ansatte ved HiB opplevde medvirkningsmulighetene under prosessen fra fusjonen ble vedtatt, til den ble iverksatt 1. januar 2017.

Problemstillingen kan særlig sees i sammenheng med teorier rundt den norske arbeidslivsmodellen, samt et prosjekt for sunne omstillingsprosesser, der medvirkning er en sentral del i omstillingsprosesser. For å svare på problemstillingen og delspørsmålene gjennomførte vi en casestudie av HiB. Datainnsamlingen ble gjennomført ved hjelp av to metoder, spørreskjemaundersøkelse (web-survey) og individuelle dybdeintervju. Spørreundersøkelsen hadde et retrospektivt design (N=559), og ble brukt til å nå ut til flest mulig ansatte ved HiB. Den omfattet påstander som skulle kartlegge ansattes opplevelse av informasjon og medvirkning i endringsprosessen. Videre inkluderte den en komprimert del av en skala kalt Change Impact Factor (CIF), samt Healthy Change Process Index (HCPI).



Dybdeintervjuene var semistrukturerte, og hadde formål om å avdekke mulige årsaker bak respondentenes svar i web-surveyen. Valg av informanter tok utgangspunkt i at de hadde innsyn i andres erfaringer og opplevelser, og at de samtidig kunne snakke om egen situasjon. Kvalitativ datainnsamling har også vært basert på relevante saksdokumenter om fusjonen. Studien har vist at medvirkning er et delikat tema, noe som forskningen også viser. Til tross for at lover stadfester ansattes rett til å medvirke, er dette ikke nødvendigvis enkelt å gjennomføre i praksis. Store endringsprosesser der tid er en utfordring, tydeliggjør dette. Om en omstillingsprosess lykkes eller ikke, er avhengig av flere faktorer. I denne studien har de ansattes opplevelse av medvirkningsmuligheter vært et sentralt element. Særlig viktig er at medvirkningsmulighetene oppleves som reelle, og ikke som tilsynelatende.

2017 02

Administrasjon og ledelse

Lederens håndtering av sykefravær i hjemmesykepleien

Sykefravær

Ledelse

Arbeidsmiljø

Cathrine Rødsten Dyb

Maria Ekman

Trine Kråkevik

Cecilie Ness



INSTITUTT FOR ØKONOMISK- ADMINISTRATIVE FAG / 2017

Lederens håndtering av sykefravær i hjemmesykepleien

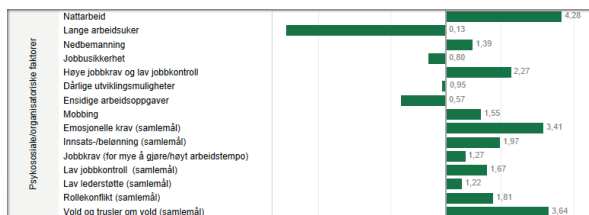
Cathrine Rødsten Dyb, Maria Ekman, Trine Kråkevik og Cecilie Ness
Institutt for økonomisk-administrative fag - fordypning i administrasjon og ledelse

Problemstilling:

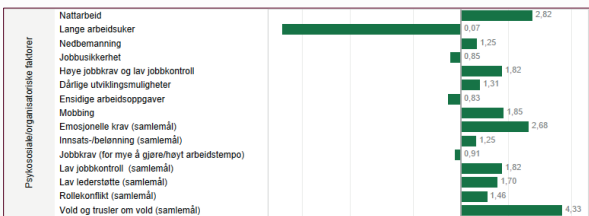
Hvordan arbeider hjemmesykepleien i casekommunen med å redusere sykefraværet?

- › Hvilke arbeidsmiljøeksponeringer finnes i hjemmesykepleien i casekommunen?
- › Hvilke tiltak iverksetter leder for å redusere sykefraværet?
- › Hvordan opplever de ansatte at tiltakene fungerer?

Arbeidsmiljøeksponeringer for sykepleiere



Arbeidsmiljøeksponeringer for pleie- og omsorgsarbeidere



› Sammendrag:

- › Sykefravær er en problematikk som kan skape utfordringer på individnivå, virksomhetsnivå og samfunnsnivå. Formålet med denne oppgaven har vært å få økt kunnskap og en dypere innsikt i fenomenet sykefravær. Vi har sett på hvordan hjemmesykepleien i en kommune arbeider med å redusere sitt sykefravær. For å finne svar på dette har vi undersøkt hvilke arbeidsmiljøeksponeringer som finnes her og hvilke tiltak leder iverksetter for å redusere sykefraværet. Vi har også vært interessert i å finne ut hvordan de ansatte opplever at disse tiltakene fungerer. Oppgavens teoretiske grunnlag er basert på tidligere forskning av arbeidsmiljøeksponeringer, krav-kontroll-støtte modellen, relasjonsledelse, kategorisering av sykemeldte og fravær- og nærværsfaktorer. Oppgaven har tatt utgangspunkt i fem kvalitative forskningsintervju der vi forsøkte å følge prinsippene til De nasjonale forskningsetiske komiteene. Utforming av spørsmål til intervjuguide, samt funn og analyse har blitt gjort i lys av teorien. Gjennom analysen utmerket det seg hvilke arbeidsmiljøeksponeringer som påvirker sykefraværet i hjemmesykepleien i kommunen. Resultatet av studien viser at lederen er opptatt av å iverksette tiltak for å beholde de ansatte mest mulig i jobb. De ansatte vi har intervjuet er i stor grad fornøyd med tiltakene, men uttrykker at det er forbedringspotensiale på enkelte områder.

Ville Statoil ASA lykkes med effektiviseringsprosjektet *Organisational Efficiency* dersom oljekrisen ikke hadde inntruffet?

Oljekrise
Nedbemanning
Kostnadsnitt

Ågot Rasmussen
Vilde Bøe Risa
Helene Sagstad
Maren Myklebust Soltvedt
Nathalie Thorstensen



Ågot Rasmussen



Vilde Bøe Risa



Nathalie Thorstensen



Maren M. Soltvedt



Helene Sagstad



ORGANIZATIONAL EFFICIENCY PROGRAMME

PROBLEMSTILLING:

- Gjennomførte Statoil ASA kostnadskutt og nedbemanning i effektiviseringsprosjektet "Organisational Efficiency" på en god måte?

METODE:

- Kvalitativ metode, dokumentanalyse ved bruk av nøkkelinformant.

KONKLUSJON:

- Statoil ASA gjennomførte kostnadskutt og nedbemanning i effektiviseringsprosjektet Organisational Efficiency på en god måte, da gjennomføringen lå tett opp mot tilnærmingene.

OLJEKRISE - NEDBEMANNING - KOSTNADSKUTT



Hvilke likheter og forskjeller eksisterer det i rekrutteringsprosessen for IT-bransjen sammenliknet med et bemanningsbyrå, og hvordan gjennomfører bedriftene en god rekrutteringsprosess?

Rekruttering

Suksesskriterier

IT-bransjen

Hana Colakovic

Karina Mellingen

Margrethe Jakobsen

Sandra Hellesø



Hana Colakovic



Karina Mellingen



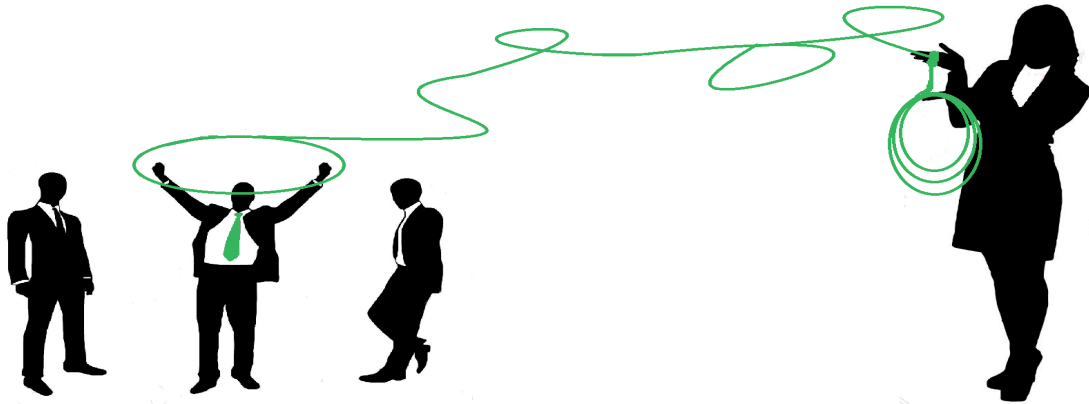
Margrethe Jakobsen



Sandra Hellesø

Rekrutteringsprosessen i IT-bransjen

Hana Colakovic, Karina Mellingen, Margrethe Jakobsen og Sandra Hellesø
 Institutt for økonomisk og administrative fag - fordypning i administrasjon og ledelse



Hvilke likheter og forskjeller eksisterer i rekrutteringsprosessen for IT-bransjen sammenlignet med et bemanningsbyrå, og hvordan gjennomfører bedriftene en god rekrutteringsprosess?

Verden går i dag gjennom store demografiske endringer – en aldrende befolkning, stor global mobilitet og stor arbeidsledighet i mange land. Dette gir både muligheter og utfordringer for de som skal rekruttere. Søkere til stillinger kan ha en annen alder, et annet opphav, en annen kompetanse og språklig bakgrunn enn de kandidatene virksomheten vanligvis fikk tidligere. Dette skaper både nye arbeidsmetoder innen rekruttering og seleksjon, og nye etiske dilemmaer som rekrutterende organisasjoner må forholde seg til.



Følgende analysemodell ble utarbeidet og benyttet

Konklusjon: Vi kan konkludere med at det eksisterer likheter og forskjeller mellom bemanningsbyrået *Smart Bemanning Bergen* og IT-bedriftene *Bedrift X* og *Miles*. Som følge av drøftingen rundt hypotesene våre kan vi også konkludere med at bedriftene gjør sin rekrutteringsprosess god i henhold til Collins' suksesskriterier. Dette gjenspeiler at bedriftene selv vet hva de ønsker og hvordan rekrutteringen skal bidra positivt for deres overordnede mål om å inneha egnet personale for å sikre en god posisjon i det teknologidrevne markedet.

Vi sitter igjen med en forståelse for betydningen av den totale mengden kvalifikasjoner, evner, og kunnskap en arbeidstaker har i en organisasjon, og hvor viktig det er å ha en vellykket rekrutteringsprosess for verdiskapning.

Etter endt bacheloroppgave kan vi trygt si at vi ser frem til, og er klar for, å bli rekruttert inn i arbeidslivet.

Sammendrag: Vi har sett nærmere på hvilke likheter og forskjeller som eksisterer i rekrutteringsprosessen hos IT-bransjen kontra et bemanningsbyrå, og hvordan denne prosessen fungerer for dem. I den forbindelse inngikk vi et samarbeid med den anonyme IT-bedriften *Bedrift X*, IT-konsulentselskapet *Miles* og bemanningsbyrået *Smart Bemanning Bergen*, hvor vi tok utgangspunkt i de tre første fasene i rekrutteringsprosessen. Videre har vi også lagt vekt på Jim Collins' suksesskriterier for å gjennomføre en god rekrutteringsprosess, samt rekrutteringsmetoder bedriftene tok i bruk og de etiske retningslinjene deres.

Datamaterialet hentet vi inn ved bruk av kvalitativ og kvantitativ metode ved at vi utførte dybdeintervju og spørreskjemaundersøkelser for å samle inn nødvendig informasjon. For å utføre oppgaven mer strukturert, utformet vi seks hypoteser for å besvare problemstillingen vår.

Endring og innovasjon i utsatte markeder

Overleve
Sårbare organisasjoner
Engelen, Apollon

Christina Løyning
Daniel Isdal Furset
Geir Eithun
Øystein Eide



Christina Løyning



Daniel Isdal Furset



Geir Eithun



Øystein Eide

Endring og innovasjon i utsatte markeder

- Christina Løyning, Daniel Isdal Furset, Øystein Eide, Geir Eithun
- Institutt for økonomiske-administrative fag

Bakgrunn og Apollon

Platebransjen har stupt som følge av disruptive innovasjoner gjennom tjenester som Spotify og iTunes, men selv i dette markedet har platebutikken Apollon klart å oppnå positiv økonomisk bunnlinje og de klart beste tallene for platesalg de seneste årene. Vår bachelor fokuserte på hvilke innovasjoner og endringer Apollon har iverksatt og gjennomført for å oppnå den posisjonen de har i dag.

Om bedriften: Apollon AS ligger i dag i Nygårdsgaten 2 og har eksistert siden 1976. I 2012 gjennomgikk den en endringsprosess og begynte med alkoholservering. I 2014 kunne Apollon vise til den største fortjenesten innenfor salg av fysiske produkter (plater) siden 2004. I et møte med en av eierne, Einar «Engelen» Engelstad, forteller han hvordan endringen og salget av alkohol kun var et tiltak de gjennomførte for å kunne fortsette med det de liker best: salg av og arbeidet med musikk. Engelstad har i tillegg jobbet som musikkannmelder for BT i over 20 år og er godt kjent innenfor Bergens og Norges musikkmiljø.



Metode og teorigrunnlag

Oppgaven vår er et case studium, der vi tar i bruk en kvalitativt forskningsmetode, og i forlengelse av det et induktivt forskningsdesign, der vi går i dybden av bedriften og platebaren Apollon og ser på de tiltak og endringer som er blitt iverksatt samt de kausale sammenhengene mellom dem.

Vi lente oss på teorier om sosiale nettverk fra bl.a. Granovetter og Putnam, metodeteori fra Jacobsen og innovasjons og endringsteori fra Aasen & Amundsen og Jacobsen for å forsøke å kaste lys på og forklare det Apollon har gjort og hvordan de har fått det til. Teoriene er skildret i grove trekk der vi kun benyttet oss av de delene som var av relevans for vår oppgave og case.

Konklusjon

Konklusjon: Vår konklusjon var at Apollon brukte en blanding av innovative løsninger sammen med deres omfattende sosiale nettverk og erfaringer innen byråkrati til å gjennomgå en endringsprosess som tillot dem å fortsette med deres kjernekonsept. Denne endringsprosessen førte til en differensiering av deres tilbudte sortiment og ga dem mulighet til å fortsette med deres lidenskap.



Fra sjåfør til sjef

Jobbmotivasjon
Arbeidslivsorganisering
Nye forretningsmodeller

Morten Tøgersen Stokkvik
Andreas Økland Amundsen
Tor-Arne Vikingstad



Tor-Arne Vikingstad



Morten Tøgersen Stokkvik



Andreas Økland Amundsen

Frå Sjåfør til Sjef

Andreas Økland Amundsen, Morten Tøgersen Stokkvik og Tor-Arne Vikingstad

Institutt for økonomisk-administrative fag
Fordypning i administrasjon og ledelse
Høgskolen på Vestlandet

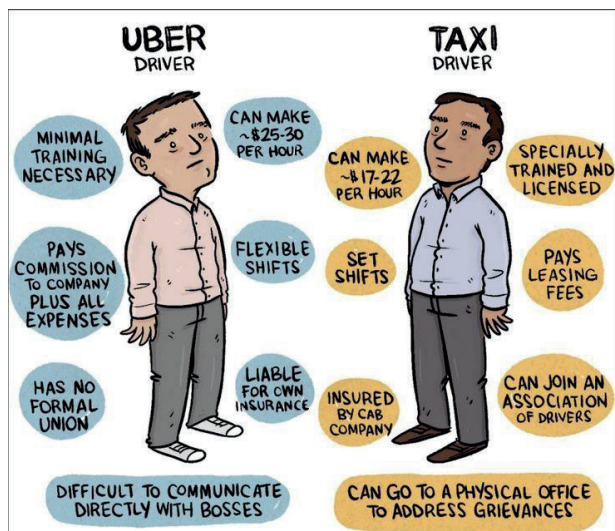
Vi gikk inn i denne oppgaven med et ønske om å se nærmere på utviklingen i norsk arbeidsliv, og fremveksten av nye forretningsmodeller. Vi har valgt å kartlegge jobbkarakteristika og jobbmotivasjon hos drosjesjåfører og partnersjåfører, samt fortolke deres holdninger til det største transportnettverksselskapet i verden: Uber. Hensikten med oppgaven er å undersøke om norske drosjesjåførers jobbmotivasjon samsvarer med jobbutformingene i transportnettverk og nye arbeidsmodeller i persontransportnæringen.

«ER DET EN SAMMENHENG MELLOM DROSJESJÅFØRERS JOBBMOTIVASJON OG DERES HOLDNINGER TIL EN ARBEIDSFORM SOM UBER TILBYR?»

«Konkurransetilsynet vil slippe til Uber og alle andre i Taxi-Norge»

«Norges Taxiforbund har anmeldt 105 Uber-sjåfører»

«Uber Norge-sjefen:
- Sjåførene vil være frie, ikke ansatt»



> Hovedfunn

- › Drosjesjåfører motiveres i stor grad av fellesskap, noe Uber mangler
- › Drosjesjåfører har høy yrkesstolthet, noe Uber mangler
- › Drosjesjåfører har negative holdninger til Uber
- › Drosjesjåfører ønsker flere tilbakemeldinger, noe Uber har i større grad enn drosjenæringen

> Konklusjon

Vi konkluderer med at vi ser en sammenheng mellom drosjesjåførers jobbmotivasjon og deres holdninger til Uber. Dette reflekteres i at drosjesjåfører uttrykker et behov for arbeidsorganisering som er fraværende hos Uber, samtidig som de oppgir negative holdninger til Uber i vår undersøkelse. Likevel ser vi at det er ingen *klar* sammenheng. Flere av våre respondenter uttrykker behov for tilbakemelding og frihet til å velge arbeidstid og – mengde. Dette er sentrale egenskaper hos Uber.

Veien videre

Delingsøkonomiutvalget foreslo i februar 2017 å fjerne løyveordningen. ESA kom i samme måned med et krav til Norge om at de måtte endre løyveordningen, ettersom at de ser på det som et hinder for etableringsfriheten. Både norske skattemyndigheter og Uber har bekreftet at de er i dialog for å sørge for korrekt skatteopplysning for Ubers sjåfører. Sannsynligheten for at Uber igjen blir en viktig del av norsk persontransport øker, men motvilligheten hos fagorganisasjoner er stor.

Drosjenæringen i Norge får press fra flere hold, noe vi tror vil føre til en endring i bransjen i årene som kommer. Skulle løyveordningen bli avviklet kan drosjesjåfører bli tvunget over på andre arbeidsformer. Vi ser tendenser til gradvis desentralisering av arbeidsorganisering i flere bransjer, for eksempel undervisning, IT, og serviceyrker. Vi ønsker med denne oppgaven å sette lys på den enkelte arbeidstaker i lys av utfordringer norsk næringsliv nå står ovenfor.

En studie av eventuelle samfunnsmessige konsekvenser av Uber i Norge

Uber

Delingsøkonomi

Persontransportmarkedet

Ragnhild Enger

Tina Hexum Tvedte

Kristine Dalland Ulvang



Kristine Dalland Ulvang



Ragnhild Enger



Tina Hexum Tvedte

Ø07

Ragnhild Enger, Tina Hexum Tvedte, Kristine Dalland Ulvang



- › Hva er Uber?
- › Muligheter og utfordringer ved lovliggjøring
- › Sentrale aktørers meninger og forslag
- › Potensielle brukeres holdninger

› Hva kan bli de samfunnsmessige konsekvensene av å gi Uber innpass på det norske persontransportmarkedet, og hvordan er folks holdninger knyttet til dette?



2017 Ø 08

Administrasjon og ledelse

Prestasjonsmålstyring i bank

Prestasjonsmåling
Opplevd belastning
Motivasjon

Fredrik Angelvik
Ole-Martin Goksøyr
David Høysæter



INSTITUTT FOR ØKONOMISK- ADMINISTRATIVE FAG / 2017



PRESTASJONSMÅLSTYRING I BANK

Fredrik Angelvik, Ole-Martin Goksøyr og David Høysæter 2017

› TO ULIKE TILNÆRMINGER

- › Kvantitative og kvalitative funn fra oppgaven avdekket og ga innblikk i to ulike tilnærmingssmåter til bruk av måltall fra prestasjonsmålingssystemene i bankens kundesenter

› **Sammendrag:**

- › Denne bacheloroppgaven tar for seg bruk av prestasjonsmålinger i et kundesenter i bank. Formålet er å avdekke hvordan opplevd bruk av prestasjonsmålinger påvirker ansattes motivasjon til å yte. Prestasjonsmålinger er en tilnærming som reduserer behovet for tillit mellom arbeidsgiver og arbeidstaker. Ettersom bruken av prestasjonsmålinger øker i omfang, ønsket vi å studere hvordan bruk av prestasjonsmålingene påvirker ansatte med følgende problemstilling:
- › *"Hvordan påvirker opplevd bruk av prestasjonsmålinger ansattes motivasjon til å yte?"*
- › For å svare på problemstillingen ble det valgt en eklektisk tilnærming som anvender prestasjonsmålingsdata fra kundesenteret og intervju av fire ansatte og én leder. Ved gjennomgang av sekundærdata fra målingssystemene og primærdata fra intervjuene ble det identifisert to ulike tilnærminger til bruken av prestasjonsmålingssystem. Vi skiller mellom en aktiv og en passiv tilnærming. Den aktive tilnærmingen legger vekt på å motivere ansatte ved hjelp av resultater fra prestasjonsmålinger, mens den passive legger større vekt på andre motivasjonsfaktorer ved arbeidet.
- › Den aktive metoden viser seg å fungere godt på ansatte som motiveres av å oppnå gode måltall. Sekundærdata fra kundesenteret illustrerer at teamytelsen er sammenlignbar ved begge tilnærmingene, men at individuelle resultater har større spredning. Sterkt fokus på måltall virker å fremkalle stress og demotivasjon hos ansatte som oppnår resultater på eller under gjennomsnittet.
- › Den passive metoden ser ut til å flytte ansattes motivasjon fra resultatene av prestasjonsmålinger, ved å øke bruk av teamarbeid, involvere ansatte i målsetningsprosessen og vie større fokus til prestasjoner som ikke kan tallfestes. Funn fra undersøkelsen tyder på at dette gjør ansattes motivasjon mindre avhengig av å lykkes på prestasjonsmålingene. Intervjuene avdekker at ansatte som ikke identifiserer seg selv i det øvre sjiktet på målingene opplever fokus på faktorer utenfor prestasjonsmålingene som mer motiverende.

› INFORMASJON

- › Institutt for økonomi og administrasjon
- › Fordypning i Innovasjon og ledelse
- › Samarbeidspartneren i oppgaven er anonymisert av sensitivitetshensyn



Hvordan har Tryg sikret at medarbeiderne støtter opp under selskapets strategiske mål om økt automatisering i skadebehandlingen?

Endringsprosess

Medarbeiderne

Støtte av automatiseringsprosjektet

Kristin Berge Bryn

Maren Pedersen Bytingsvik

Helene Elise Lothe

Solveig Tveter Lunde



Helene Elise Lothe



Kristin Berge Bryn



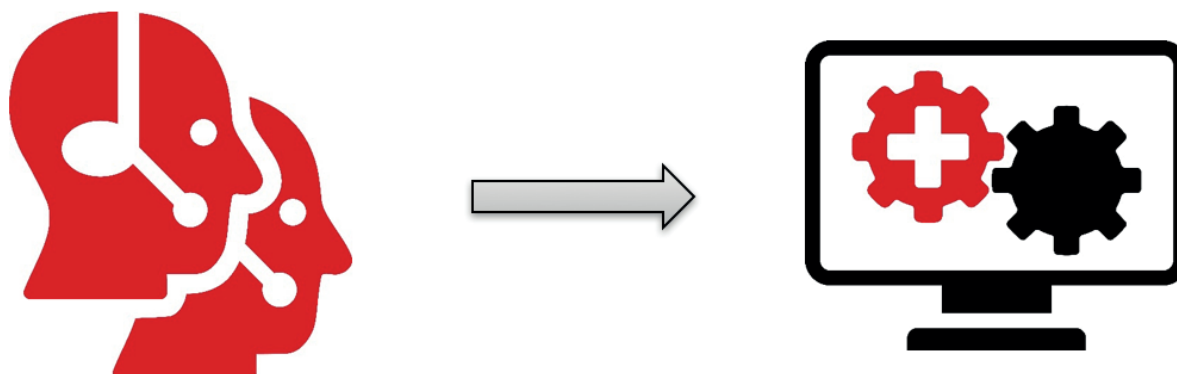
Solveig Tveter Lunde



Maren Pedersen Bytingsvik

Hvordan har Tryg sikret at medarbeiderne støtter opp under selskapets strategiske mål om økt automatisering i skadebehandlingen?

Kristin Berge Bryne, Maren Pedersen Bytingsvik, Helene Elise Lothe og Solveig Tveter Lunde
 Institutt for økonomisk- og administrative fag – fordypning i innovasjon og ledelse



Tryg er Nordens nest største skadeforsikringsselskap, og opererer i Norge, Sverige og Danmark. Behov for kostnadsreduksjon, samt krav fra kunder om enkle prosesser og forventninger om selvbetjening, har skapt endringspress i Tryg. Selskapet jobber med å digitalisere og automatisere prosesser for å holde seg konkurransedyktig. I starten av mars 2017 lanserte Tryg et automatiseringsprosjekt i skadeavdelingen.

Våre funn viser at grundig informasjon alene ikke har noen stor betydning for om medarbeiderne støtter automatiseringsprosjektet. Vi fant derimot ut at informasjon formidlet via kommunikasjon har en større effekt på om medarbeiderne støtter prosjektet. Det ble avdekket at grundig kommunikasjon er den faktoren som i størst grad fører til støtte av automatiseringsprosjektet. Funnene våre viser at ledelsen har kommunisert ønsket måloppnåelse samt meningen med prosjektet til medarbeiderne på en tydelig måte. Medarbeiderne føler seg derimot ikke involvert i endringsprosessen, som kan tyde på at de ikke støtter prosjektet. Det kan derfor konkluderes med at Tryg har sikret at medarbeiderne støtter selskapets strategiske mål om økt automatisering i skadebehandlingen ved grundig informasjon og grundig kommunikasjon. Støtten fra medarbeiderne ble derimot i noen grad svekket på grunn av mangelen på involvering.



Hvilke faktorer kan forklare Tieto Olje og Gass sine gode økonomiske resultater fra 2014 til 2017 gjennom nedgangstiden i oljesektoren?

Oljekrise

IT-selskap

Struktur

Mål, visjon og verdier

Strategi

Kultur

Ledelse

Endringsledelse

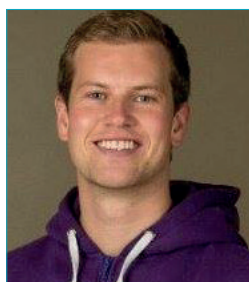
Sondre Urbye Kjelsrud

Endre Lunde

Kristoffer Myhren



Endre Lunde



Sondre Urbye Kjelsrud

EXPO-nummer: Ø10 2017

Oljekrise	IT-selskap	Struktur	Mål, visjon og verdier
Strategi	Kultur	Ledelse	Endringsledelse

Gode økonomiske resultater gjennom oljekrisen

Forfattere: Sondre U. Kjelsrud, Endre Lunde og Kristoffer Myhren

Tilhørighet: Institutt for økonomisk- administrative fag, Fordypning i Ledelse

tieto

Om Tieto

Tieto er et finsk IT-selskap og har i dag hovedkvarter i Espoo i Finland og er Nordens største leverandør av tjenester og programvare. Ordet Tieto kommer fra finsk og betyr informasjon. Selskapet har i dag over 13 000 ansatte i mer enn 20 land.

Bakgrunn for oppgaven

Tieto Olje og Gass er en avdeling under Tieto Norge AS som selger IT-baserte tjenester til oljebransjen og har tross den mye omtalte oljekrisen oppnådd gode økonomiske resultater gjennom hele perioden. Inntektene til avdelingen har sunket, men gjennom en rekke tiltak har selskapet effektivisert forretningsprosesser og dermed økt den operative marginen.

Oppgavens formål er å besvare følgende problemstilling:

Hvilke faktorer kan forklare Tieto Olje & Gass sine gode resultater fra 2014 til 2017 gjennom nedgangstiden i oljesektoren?



Formålet med denne oppgaven er å forsøke og avdekke faktorer som ligger til grunn for de gode økonomiske resultatene gjennom følgende temaer; struktur, mål, visjon og verdier, strategi, kultur, ledelse og endringsledelse. For å finne disse faktorene har det blitt gjennomført kvalitative dybdeintervjuer av et utvalg respondenter med forskjellige oppgaver og som til daglig jobber i selskapet. Videre har funnene blitt sammenliknet med relevant teori.



(Spotpris på brentolje gjennom den aktuelle perioden).

Sammendrag

I hovedtrekk dreier våre funn seg om selskapet sin evne til å tilpasse seg de stadige skiftende omgivelsene og tiltak som ble gjort i forkant av oljekrisen.

Våre funn avdekker en avdelingen med en flat struktur som legger til rette for god omstillingsevne og høy grad av autonomi. Med hensyn til mål, visjon og verdier mener vi at dette er noe som kan gjøres lettere tilgjengelig da vårt inntrykk er at dette ikke har blitt kommunisert godt nok nedover i hierarkiet.

Det er gjennomført flere strategiske tiltak for å tilpasse seg omveltningene i bransjen, der vi mener Tieto har en generisk tilnærming til sitt marked.

Kulturen anses som åpen og støttende, og sammenfaller godt med funnene fra struktur. Med hensyn til ledelse og endringsledelse ser vi i hovedtrekk en stor grad av henholdsvis transformasjons- og organisasjonsledelse som legger opp til lav maktavstand og medbestemmelse.

Markedsføring og ledelse – Om et mikrobryggeri i vekst

Mikrobryggeri
Differensiering
Kvalitet
Assosiasjon
Organisasjon
Produktelementmodell

Mia Johansen
Stine Nilssen
Ajla Rashica
Ann Christin Willoch



Ajla Rashica



Ann Christin Willoch



Stine Nilssen



Metodevalg

I denne oppgaven har vi valgt å benytte oss i hovedsak av en kvalitativ tilnærming. Metodene vi har brukt for å samle inn data har vært, en liten spørreundersøkelse, miniintervju og dybdeintervju. Vi fikk gjennomført fire dybdeintervjuer, og det er fra disse vi har hentet hovedinnholdet av vårt datamateriale.

Oppgavens hovedteorier

- Entreprenør organisasjonen
- Organisasjonsstruktur
- Troyes produktelement modell
- Kvalitet
- Differensiering



Hvem er Lysefjorden Mikrobryggeri?

Lysefjorden Mikrobryggeri holder til i fabrikklokaler i Ytre Arna. Her begynte de å brygge i 2013, og de hadde sin første flaske i salg i september 2014. Bryggeriet har et fokus på "godt øl til maten", og konseptet deres er å brygge lokalt håndtverksøl med klar identitet fra Lysefjorden i Hordaland.

Hvorfor har vi skrevet oppgave om dette mikrobryggeriet?

Lysefjorden Mikrobryggeri er i vekst, og ønsker å utvide sine lokaler. De arbeider for tiden med et nytt prosjekt som de kaller "Valkeriet". Dette skal bli bryggeriets egen pub og besøkslokale.

Lysefjorden Mikrobryggeri ønsket vår hjelp til å kartlegge Valkeriets potensiale. Med utgangspunkt i våre teorier har vi derfor formulert følgende problemstilling:

"Hvordan kan Valkeriet utvikles til et kvalitetsprodukt som kan styrke og differensiere Lysefjorden Mikrobryggeri som merkevare?"

Våre funn:

Øvrige detaljer i oppgaven skal være konfidensielle. Vi kan derfor ikke si noe om våre funn.

Gruppenummer: Ø11

Forfattere: Mia Johansen, Stine Nilssen, Ajla Rashica og Ann Christin Willoch

Markedsføring og Ledelse – Om et mikrobryggeri i vekst

Mikrobrygg på boks?

Mikrobrygg

Logistikk

Kundetilfredshet

Økonomi

Miljø

Investeringskostnad

Transportkostnad

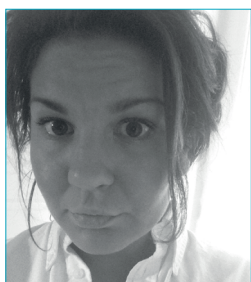
Totalkostnadsmodell

Janne Thunes

Miriam Sophie Torheim

Isabel Vernang

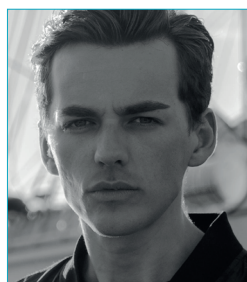
Hermann Øberg



Janne Thunes



Isabel B. Vernang



Hermann K. Øberg



Miriam S. J. Torheim

«MIKROBRYGG PÅ BOKS?»

- En analyse av kundetilfredshetsmessige, økonomiske og miljømessige konsekvenser.

Institutt for Økonomi og Administrasjon, fordypning i Logistikk, 2017
Janne Thunes, Miriam S. J. Torheim, Isabel B. Vernang og Hermann K. Øberg.

Bakgrunn

De siste årene har det vært en eksplosiv vekst i antall småskalabryggerier i Norge. Blant disse bryggeriene har det, i likhet med bryggeriene i USA, nylig startet en trend med å produsere ølet på boks. Vi ville på bakgrunn av dette se hvilke fordeler man kan oppnå ved overgang til boks, og hvordan dette kan påvirke kundetilfredshet, økonomi og miljø.

Metode

For å svare på problemstillingen valgte vi å benytte oss av både kvalitativ og kvantitativ metode. Vi har samarbeidet med bryggeriene Ægir, Nøgne Ø, Lysefjorden og Lervig, og har utført dybdeintervjuer med dem. I tillegg gjennomførte vi en spørreundersøkelse blant forbrukerne for å se deres holdninger til håndverksøl på boks og flaske.

Interessante funn

- Forbrukere som ikke har smakt mikrobrygg på boks er mer skeptisk til kvaliteten på boks.
- Ved at man lettere kan stable bokser, kan man redusere både kostnader og miljøutslipp knyttet til transport.
- Kostnaden knyttet til å investere i bokslinje er stor, som gjør at ikke alle bryggerier har mulighet eller ser nytten av overgang til boks.

Tabell som viser forskjell på flasker og bokser ved produksjon av 100 000 liter

Antall	Flasker (0,5)	Bokser (0,3)	Differanse	Differanse %
Enheter	200 000	303 030	103 030	66%
Esker	16 667	12 627	-4 040	-25%
Paller	257	144	-113	-44%
Forsendelser	8	5	-3	-38%



Materialberedskap i BKK – En analyse av muligheten for reduksjon av lagernivået og forventede effekter

Beredskapslogistikk

Logistikk

Lager

Kostnader

Risiko

Risikoanalyse

Porteføljeanalyse

SWOT-analyse

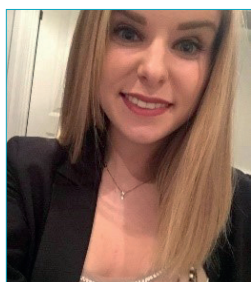
Totalkostnadsmodell

Forsyning

Synnøve Mæle

Anne Vågslid

Inga Elise Weidemann



Anne Vågslid



Inga Elise Weidemann



Synnøve Mæle

MATERIALBEREDSKAP I BKK

- En analyse av muligheten for reduksjon av lagernivået og forventede effekter

Institutt for økonomisk-administrative fag - fordypning i Logistikk

Synnøve Mæle, Anne Vågslid og Inga Weidemann

2017

Sammendrag

Klimaendringene fører til en økning i antall ekstremvær. Samtidig øker virksomhetenes kostnadsfokus og kundenes forventninger til bedriftens servicegrad. Dette fører til at det stilles krav til en mer avansert beredskapslogistikk i e-verksmarkedet. For å se på en eventuell forbedring av BKKs materialberedskap har vi derfor valgt å analysere muligheten for en reduksjon av BKKs lagernivå, samt forventede effekter.

Våre funn viser at det er flere trusler som utgjør en risiko for forsyningen til BKK. Risikoen er til stede uavhengig av lagernivået, men forventes å øke dersom det reduseres. Økning i forsyningsrisiko innebærer dermed et behov for iverksetting av risikoreducerende tiltak. I tillegg bør BKK føre en differensiert styring av materialet. Vi har derfor presentert en rekke tiltak som gjør det mulig å redusere lagernivået, uten at det går på bekostning av servicegraden til BKK.

Risikoreducerende tiltak

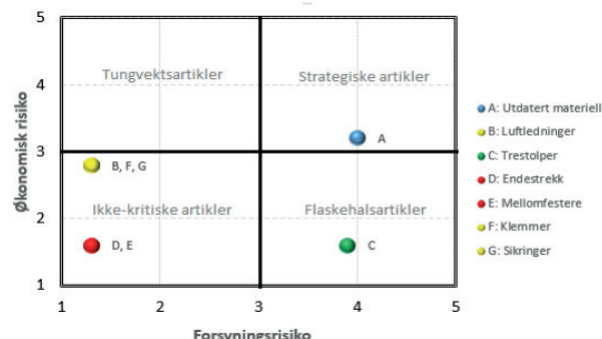
- Gjennomføre transporten over Filefjell
- Være i forkant med bestillingene og overvåke leverandørens lagerbeholdning
- Forhandle seg fram til bedre leveringspålitelighet fra leverandør
- Utarbeide tilleggsavtaler med alternative leverandører
- Formidle prognosene bakover i forsyningskjeden
- Skifte ut enkelte områder med utdatert materiell

Tiltak for forsyningsstrategier

- Opprette retningslinjer og prosedyrer for innkjøp av ikke-kritiske artikler
- Forsøke å redusere ledetiden til flaskehalsartiklene
- Opparbeide gode leverandør- og e-verksam arbeid for strategiske artikler

Sannsynlighet	Konsekvens					Risiko
	1	2	3	4	5	
	Ubetydelig	Lav	Moderat	Alvorlig	Svært alvorlig	
5 Svært stor		B ₁				Red
4 Stor						Orange
3 Moderat						Gul
2 Liten			F ₁ , C ₁	A ₁ , E ₁		Grønn
1 Meget liten			D ₁			

A: Stengt fjellovergang, med tiltak
 B: Ekstremvær flere steder i Norge, med tiltak
 C: Forsinket leveranse fra hovedleverandør, med tiltak
 D: Feilleveranse av vare, med tiltak
 E: Svik i forsyningskjeden, med tiltak
 F: Behov for utdatert materiell, med tiltak



Konklusjon

Det vil trolig ikke oppstå en bemerkelsesverdig kostnadsbesparelse ved reduksjon av lagernivået. På lang sikt vil det likevel kunne føre til innsparinger for BKK. En reduksjon av lagernivået kan også gjelde annet materiell enn hva som er omtalt i oppgaven, slik at kostnadsbesparelsen kan øke. I tillegg vil et redusert lagernivå føre med seg andre effekter, blant annet bedre kontroll over forsyningen inn til BKK og økt bevisstgjøring rundt varebeholdningen. Uavhengig om lagernivået reduseres, har vi likevel gjennom analysen kommet med forslag til tiltak BKK kan gjennomføre. Disse kan være til hjelp for å effektivisere og strukturere BKKs materialberedskap.



2017 Ø 14

Logistikk

Lageroptimalisering hos TechnipFMC

Lager
Optimalisering
Struktur

Sondre Hals
Vegar Gullbrå
Julie Vik



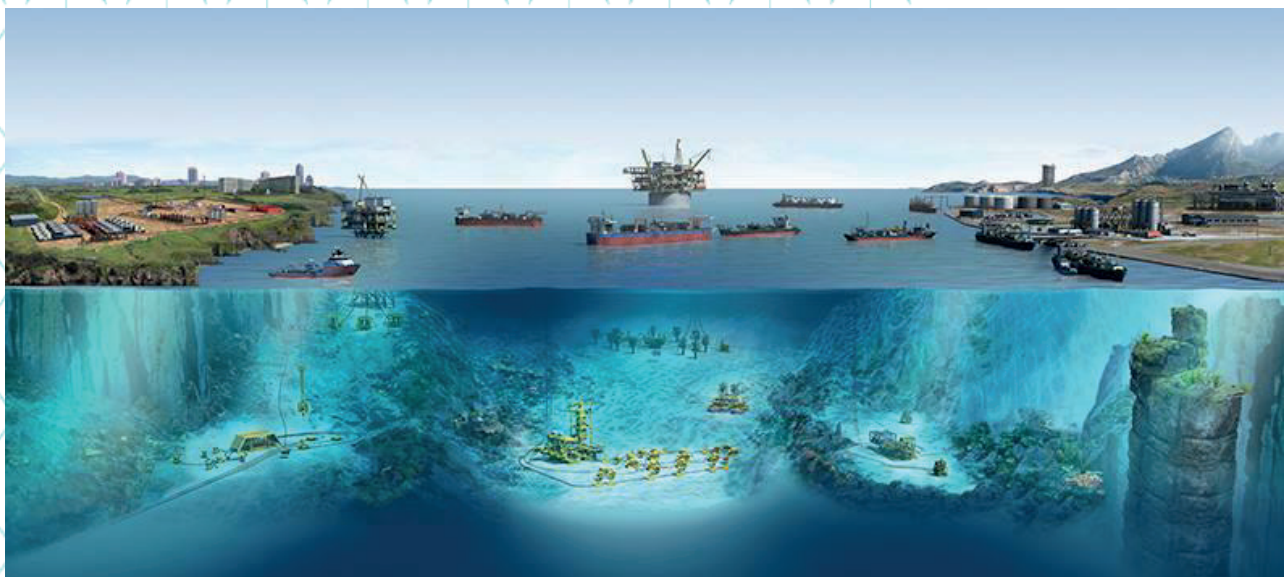
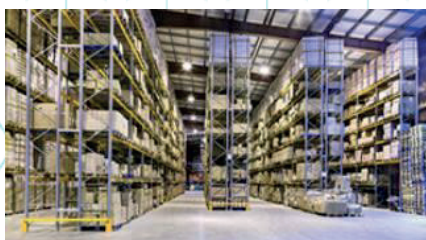
INSTITUTT FOR ØKONOMISK-ADMINISTRATIVE FAG / 2017

Lageroptimalisering hos TechnipFMC

Lager, optimalisering og struktur

Julie Vik, Sondre Hals og Vegar Gullbrå

- › *Optimalisering og kostnadseffektivisering av utelagringsområde på Ågotnes. Følger TechnipFMC gode prinsipper for lagring? Hvordan kan de optimalisere lagerdriften og hvilke tiltak kan iverksettes for kostnads- og flyteffektivisering?*
- › Kvalitativ casestudie
- › Konfidensiell





2017 Ø 15

Logistikk

Utfordringer med planlegging for imple- mentering av Lean

Lean
Utfordring
Effektivisering
Implementering

Anne Lise Leirvåg
Amalie Mortensen
Bernhard-Inge Vannes



INSTITUTT FOR ØKONOMISK- ADMINISTRATIVE FAG / 2017

Utfordringer med planlegging for implementering av Lean

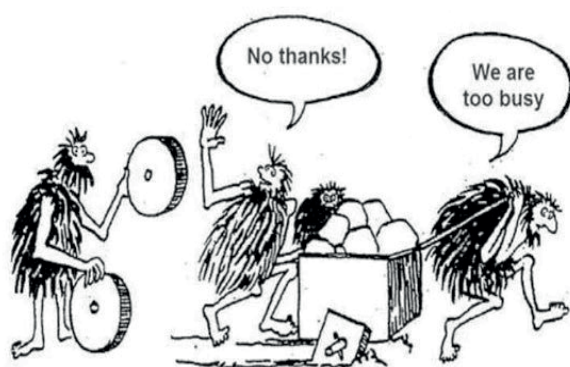
Av: Bernhard-Inge Vannes, Anne Lise Leirvag og Amalie Mortensen

Institutt for økonomisk – administrative fag, fordypning i Logistikk

Problemstilling

- Vår studie omhandler forståelse av Lean-begrepet, synet på implementeringsarbeid, potensielle hinder til endringsarbeid og bakgrunn for disse. Å ville implementere Lean i en bedrift legger grunnlag for en stor organisasjonsendring, og dette er en utfordrende prosess. I stegene for implementering foretar man en rekke veivalg. Denne prosessen og synet på den vil vi belyse i vår oppgave i form av et casestudie. Vi har tatt utgangspunkt i en samarbeidsbedrift som selv har innført, og holder på å innføre, en del organisasjonsendringer. De har meldt sin interesse for Lean til ulike konsulentvirksomheter, da de mener Lean vil være et verktøy som kan hjelpe dem med å strukturere bedriften på en mer effektiv måte. I første omgang ønsker de å utfordre dagens praksis ved å selv foreta endringer, og videre i forløpet potensielt satse fullt på Lean. Dette bunner ut i vår problemstilling.

Utfordringer med planlegging for implementering av Lean



Figur 1 – Behov for endring <https://www.linkedin.com/pulse/best-testing-practices-agile-teams-automation-pyramid-palamarchuk>

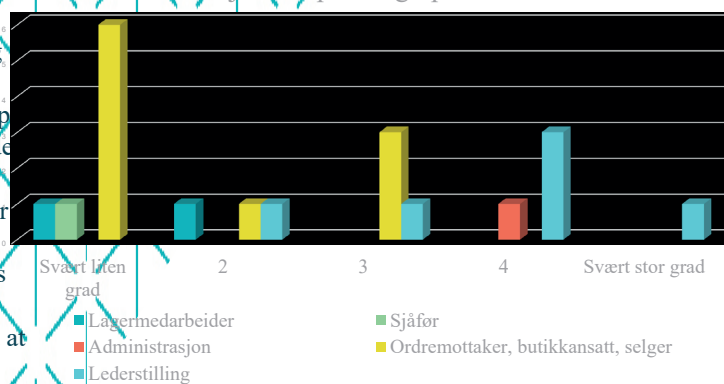
Hovedfunn

- Problemstillingen er undersøkt ved hjelp av eksisterende teori og innsamlet data fra ansatte i form av dybdeintervju og spørreundersøkelse.
- Resultater viser at det var kun lederne i bedriften som hadde god kjennskap til Lean.
- Det var lite sammenhenger mellom alder og oppfattelse av arbeidspress i forhold til negativ holdning til endring.
- Forskjellige oppfatninger (forståelse) om hva Lean er og formålet med det. Det praktiske er ofte enklere enn kulturendring.

Konklusjon

Det viser seg at utfordringene blant annet kan dreie seg om liten endringsvilje + både synlig og usynlig. Selve fremgangsmåten i implementeringsprosessen er kritisk med tanke på kommunikasjon, involvering og tidsbruk fordi de finnes negative og usikre assosiasjoner til konseptet. Manglende forståelse for Lean, og for motstand, hos ledelsen er momenter som kan skape vanskeligheter på veien. Lav interesse hos ansatte er også noe som kan hindre en vellykket implementering. Det naturlige perspektivet med at vi mennesker frykter det ukjent spiller også inn som en viktig utfordring.

Kjennskap til begrepet Lean





2017 Ø 16

Logistikk

En analyse av tid- spress, leverings- service og kostander i hjemmesykepleien

Alexandra Bernardino Espiritu

Silje Fjellby

Siren Johannesen



INSTITUTT FOR ØKONOMISK- ADMINISTRATIVE FAG / 2017



EN ANALYSE AV TIDSPRESS, LEVERINGSSERVICE OG KOSTNADER I HJEMMESYKEPLEIEN

Institutt for økonomisk-administrative fag

Avdeling for ingeniør- og økonomifag

Ø16

Alexandra Bernardino Espiritu

Siren Espelid Johannesen

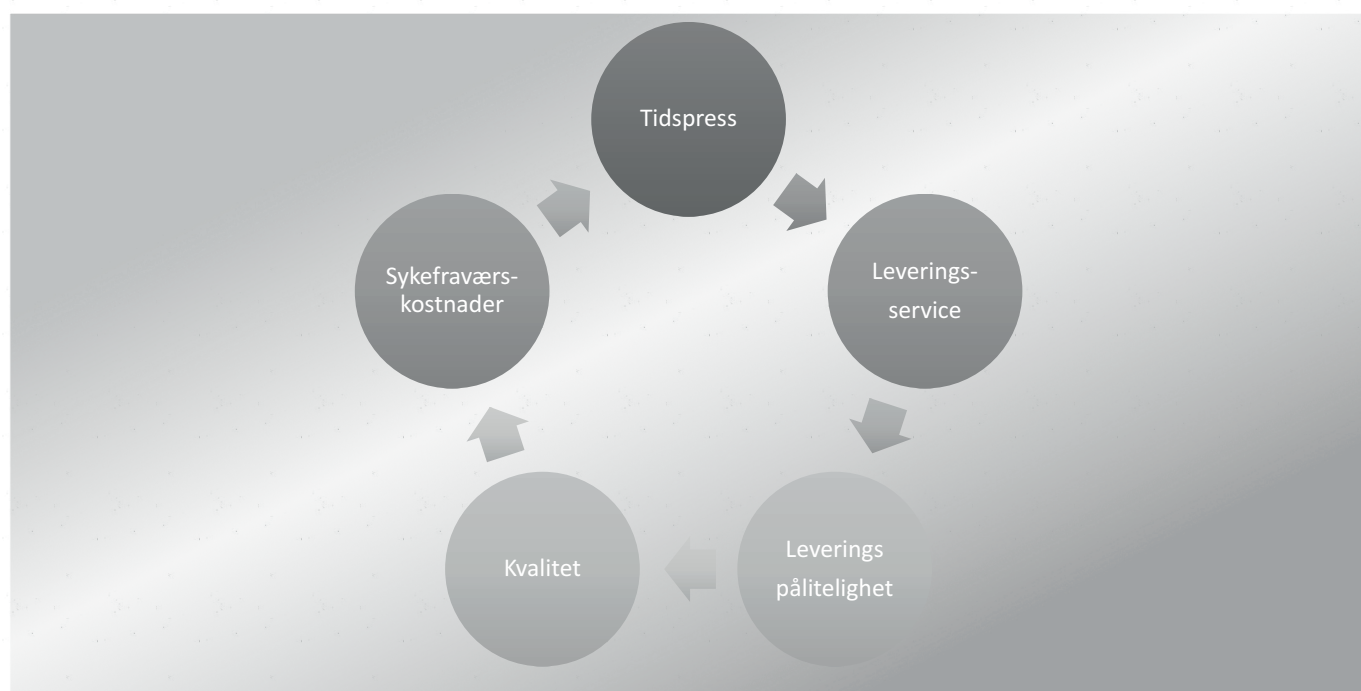
Silje Jakobsen Fjellby

HJEMMESYKEPLEIEN

Hjemmesykepleien er en kommunal pleie- og omsorgstjeneste for personer som bor hjemme i sin egen bolig eller omsorgsbolig. Hovedtyngden har hvilt på temaet **tidspress** og samtidig settes det stadig krav til kostnadsreduksjoner

METODE

Funnene i studien er gjort ved en kombinasjon av **kvalitativ og kvantitativ tilnærming** og dataen bygger hovedsakelig på primær- og sekundærdata. Videre har studien en gjennomgående inndeling av hovedtemaene tidspress, leveringsservice og kostnader. Analysen av tidspress og leveringsservice er kartlagt ved gjennomføring av spørreundersøkelser blant de ansatte i hjemmesykepleien. I analysen av kostnader er det hovedsakelig benyttet sekundærdata.



KONKLUSJON

Gjennom studien kan vi konkludere med at **tidspress er en realitet i hjemmesykepleien**. Dette har direkte innvirkning på leveringsservice til brukerne og det påvirker sykefraværskostnader. Den viktigste endringen som bør finne sted er at logistikk bør få en større betydning spesielt i ledernes arbeidshverdag, da de gjennom enkle grep kan redusere det totale tidspresset i hjemmesykepleien.



2017 Ø 17

Logistikk

Logistikk i et utvalg restauranter og kaféer

Logistikk
Kafé
Restaurant

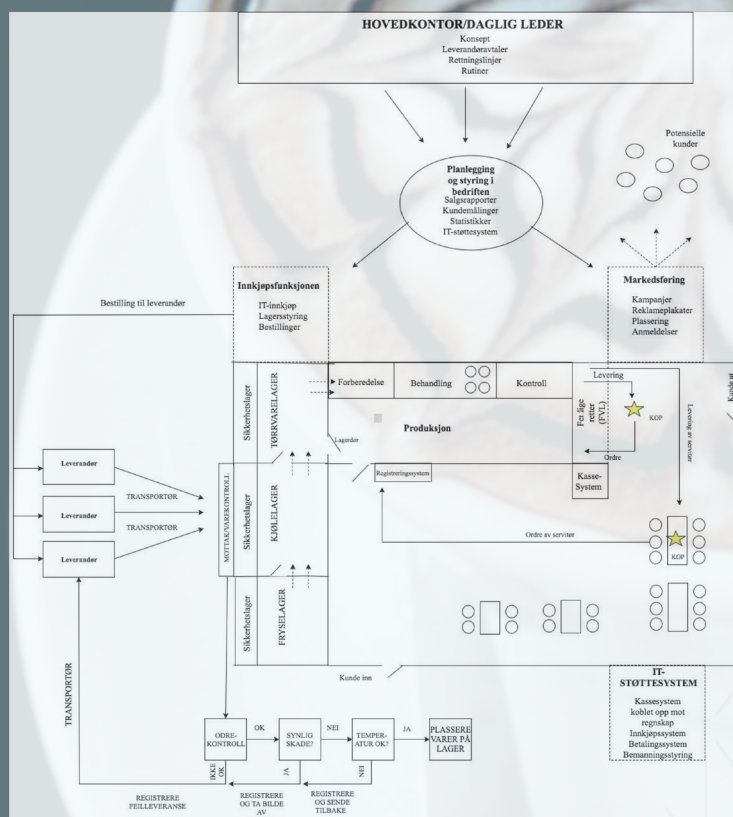
Petronille Sørli
Silje Marie Skorpen



Logistikk i kaféer og restauranter

”Kartlegging av logistikk i et utvalg kaféer og restauranter og mulige suksessfaktorer”

Forestill deg at du sitter på en restaurant. Servitøren kommer bort med menyen og sier at de kan tilby alt som står på menyen. Du bestiller en rett som høres god ut. Det tar 15 minutter fra du bestilte til maten er servert. Du kikker deg over skulderen og ser at nabobordet som bestilte rett etter deg får maten sin kort tid etter. Har det noen gang slått deg hva slags forarbeid og forberedelser som ligger til grunn for dette?



Mye handler om **logistikk**. Fra emytologien har logistikk betydningen “art of moving, quartering, and supplying troops”, og begrepet har sitt opphav fra fransk (*l’art*) *logistique*. Direkte oversatt til kunsten å flytte, innkvartere og forsyne tropper. Et annet eksempel er som Waters sier ”Without logistics, no materials move, no operations can be done, no products are delivered and no customers are served”, det vil si at logistikk er en viktig del for flyt og for at samspillet mellom de ulike elementene skal fungere. Med andre ord vil logistikk være avgjørende for at den riktige retten blir servert på riktig bord til rett tid.

Logistikkartet viser elementer i logistikken som er viktig for at kaféer eller restauranter skal lykkes i bransjen.



2017 Ø 18

Logistikk

Verdipåvirkning ved et ERP-System

Lean
ERP-System
Kundeverdi

Christoffer Dyrset
Erlend Kvam
Eirik Berg Tichy
Andreas Ersland Aarra



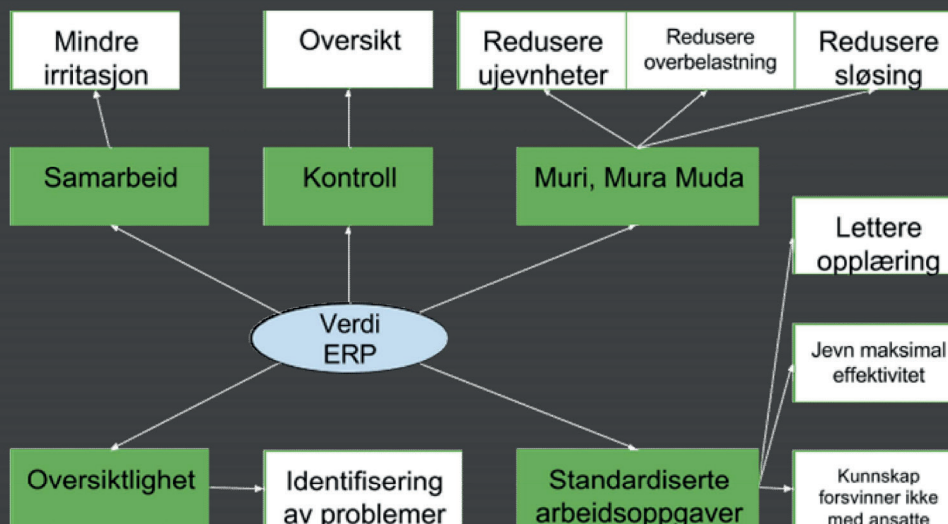
INSTITUTT FOR ØKONOMISK- ADMINISTRATIVE FAG / 2017

VERDIPÅVIRKNING VED ET ERP-SYSTEM

Av: Andreas Ersland Aarra, Christoffer Dyrset, Erlend Kvam, Eirik Berg Tichy

- Problemstilling:
Hvordan kan verdi påvirkes ved utforming og implementering av et ERP-system?
- I denne oppgaven har vi undersøkt hvordan verdi kan påvirkes gjennom utforming og implementering av et ERP-system. Vi har brukt LEAN-verktøy til å analysere fremgangsmåten til vår samarbeidsbedrift ClampOn og brukt den kartlagte informasjonen til å svare på problemstillingen.
- Informasjonen som er benyttet i oppgaven er hentet inn ved hjelp av intervju og e-postkorrespondanse, og observasjoner gjort under besøk i bedriften.

• LEAN • ERP-System • Kundeverti



I modellen til venstre har vi kartlagt 5 av de mest sentrale verdiene som ClampOn ønsket å oppnå gjennom å skaffe seg et ERP-system. Verdiene er satt i de grønne boksene.

Det vi kom frem til i oppgaven vår, er at leverandøren av ERP-systemet skapte verdi for ClampOn gjennom produktet de leverte, men det var, og er fortsatt opp til ClampOn å oppnå verdien som er skapt.



2017 Ø 19

Logistikk

The Impact of Sustainable Chain Management on Company Performance – A case study of Bangladesh Garment Industry

Shadat Hossain



INSTITUTT FOR ØKONOMISK- ADMINISTRATIVE FAG / 2017



‘The Impact of Sustainable Supply Chain Management on Company Performance’ – a case study of Bangladesh Garments Industry.



› The purpose of this study is to find out how the supply chain increases the competitiveness of readymade garments sector. This study has chosen two readymade garments company namely: Star Apparels Inds. Ltd., and You Clothing Limited both the companies are based in Dhaka, Bangladesh.

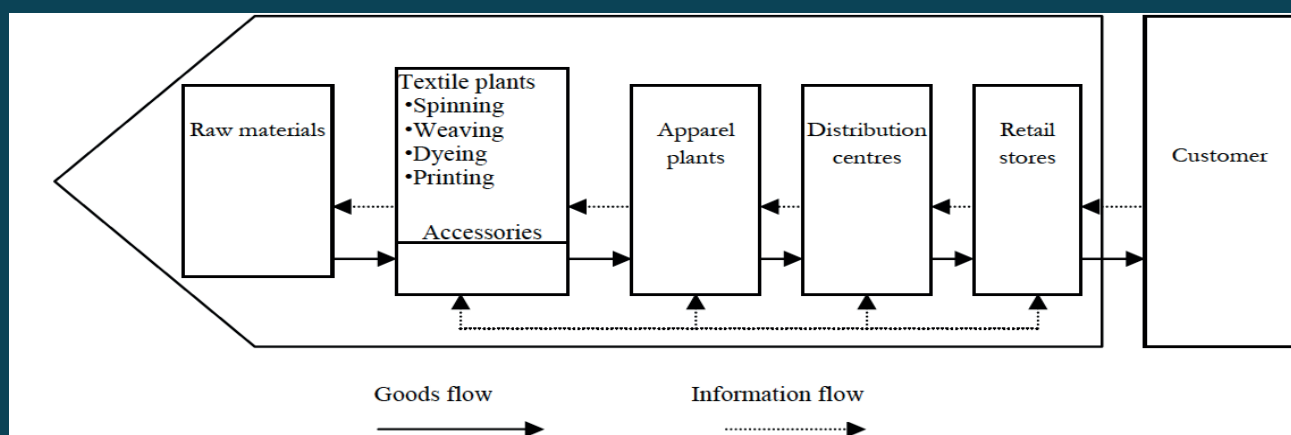
› Research Question

› What are the determinants for improving the competitiveness of the RMG industry in Bangladesh?

› Research Objectives

› The specific objectives of the study are:

- › RO1. To analyse the current competitiveness of the RMG sector of Bangladesh
- › RO2. To study the impact of country risk on the competitiveness of the RMG industry
- › RO3: To make recommendations to improve supply chain management on the basis of key findings.



2017 Ø 20

Samfunnsøkonomi

Prestasjonsanalyse av norske, aktivt forvaltede aksjefond

Samfunnsøkonomi

Finans

Aktiv fondsforvaltning

Joakim Bruder

Stian Hui

Lars Grønn



Joakim Bruder



Stian Hui



Lars Grønn



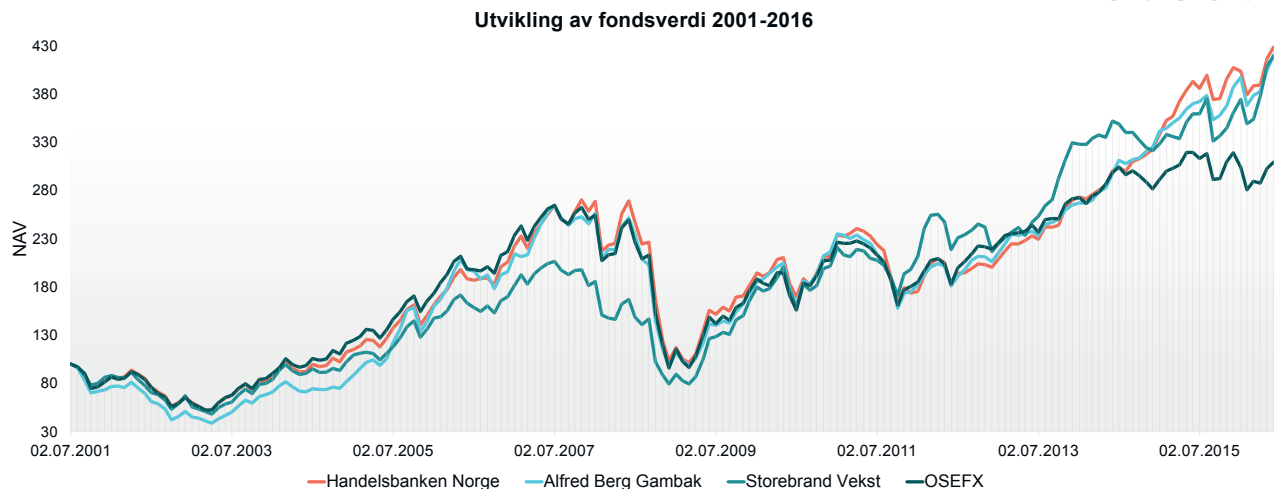
Prestasjonsanalyse av norske, aktivt forvaltede aksjefond

Joakim Myklestad Bruder, Lars Andreas Grønn og Stian Ming Hui

I denne utredningen har vi samlet inn og analysert avkastningstall for 15 aktivt forvaltede norske fond over en tidsperiode på 15 år. Den utvalgte perioden strekker fra 07.2001 – 07.2016, som vi videre har delt opp i tre tidsperioder for å se hvordan de ulike fondene tilpasset seg de økonomiske konjunktorene. Problemstillingen vi skulle besvare:

Har norske, aktivt forvaltede fond hatt en forsvarlig meravkastning de siste 15 årene?

For å vurdere egenskapene til fondene, benyttet vi faktormodeller og risikojusterte prestasjonsmål med formål om å måle fondene mot hverandre. Videre testet vi om fondsforvalterne besatt timing- og selekteringsegenskaper i den aktuelle perioden. Fondenes resultater ble målt opp mot referanseindeksen OSEFX i lys av problemstillingen.



Målet med denne utredningen var å studere om norske, aktivt forvaltede aksjefonds meravkastning kan forsvares gjennom risikohåndtering. Vi har observert at økt usystematisk risiko medfører en ytterligere økt mer- eller mindreavkastning for de aktuelle fondene. Ved å se på hele perioden under ett, hadde 11 av fondene prestert bedre enn referanseindeksen. Dette tyder på at de analyserte fondene håndterte forholdet mellom risiko og avkastning bedre enn referanseindeksen. På bakgrunn av dette konkluderte vi med at majoriteten av norske, aktivt forvaltede fond leverte en forsvarlig meravkastning de siste 15 årene.

Har rushtidsavgifta hatt en ønska virkning på trafikk mønsteret i Bergen og Kristiansand?

Rushtidsavgift

Bompenger

Køprising

Juni-Beate Thorvaldsen

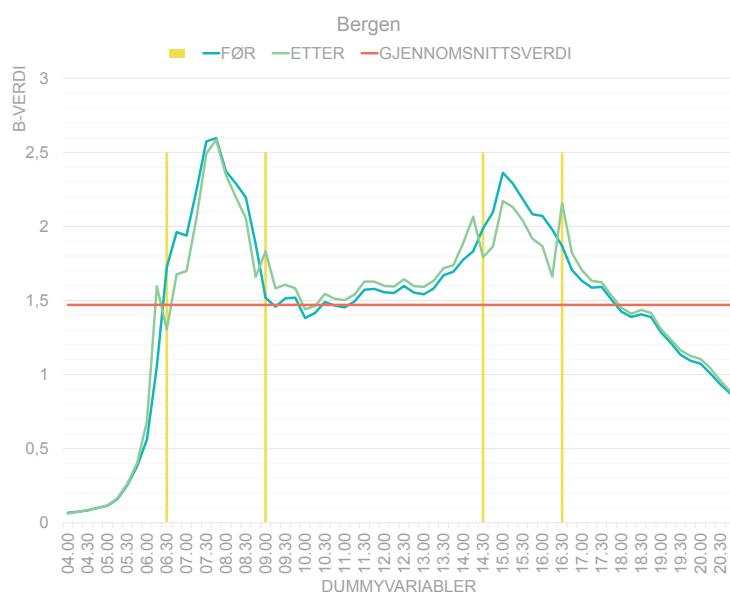


Juni Beate Thorvaldsen

Har rushtidsavgifta hatt en ønska virkning på trafikkmønsteret i Bergen og Kristiansand?

Juni-Beate Thorvaldsen, Institutt for økonomiske og administrative fag, fordypning i samfunnsøkonomi, 2017

- › Køkjøring medfører negative eksterne virkninger; forurensing og køkostnader.
- › Rushtidsavgift har som hensikt å redusere toppene av trafikk for å bedre framkommelighet og redusere forurensing.
- › Jeg har gjort en kvantitativ analyse av tall ved hjelp av regresjonsligninger på passeringer i bomringene i Bergen og Kristiansand før og etter rushtidsavgift.
- › Resultatet viser at det var signifikant forskjell i Bergen, men ikke i Kristiansand. Årsaken til dette er høyst sannsynlig prisforskjellen.
- › Men rushtidsavgifta tar ikke knekken på morgenrushet i Bergen, kanskje burde man derfor vurdere en annen utforming av rushtidsavgifta.
- › I Stockholm innførte de en trinnvis rushtidsavgift. De klarte å redusere trafikken med 22%, køtid om morgenen med 33% og CO₂-utslippet med 14%.



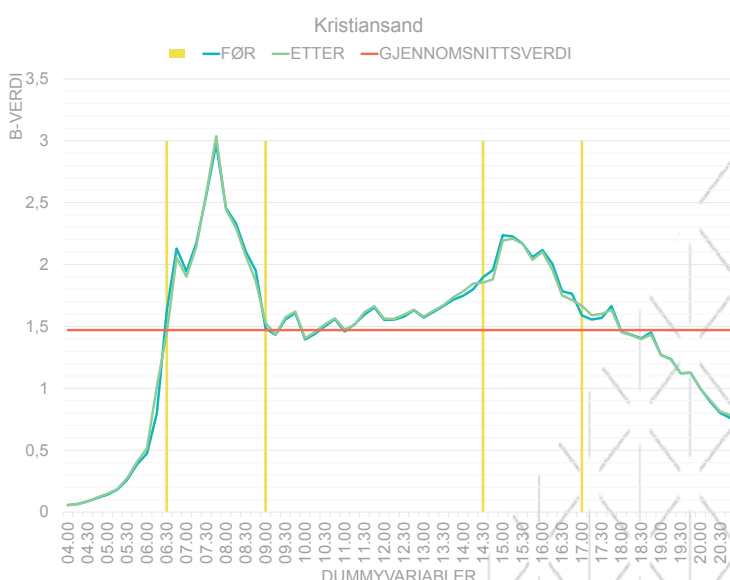
› Antall passeringer som andel av døgnet = $\beta_1 * D1 + \beta_2 * D2 + \beta_3 * D3 + \beta_4 * D4 + \dots + \beta_{68} * D68$

› Antall passeringer som andel av døgnet = $\beta_1^1 * D1\text{År1} + \beta_2^1 * D2\text{År1} + \beta_3^1 * D3\text{År1} + \beta_4^1 * D4\text{År1} + \dots + \beta_{68}^1 * D68\text{År1} + \beta_1^2 * D1\text{År2} + \beta_2^2 * D2\text{År2} + \beta_3^2 * D3\text{År2} + \beta_4^2 * D4\text{År2} + \dots + \beta_{68}^2 * D68\text{År2}$

› $\sum_{i=1}^{68} \beta_i = 100$

$H_0 = \beta_1^1 = \beta_1^2$ for alle $i = 68$

$H_A =$ Ikke H_0 ($\beta^2 < \beta^1$ i rushtid, og motsatt utenfor rushtid)



$$F = \frac{(SSR_r - SSR_{ur})/q}{SSR_{ur}/(n-k-1)} = \frac{(R^2_{ur} - R^2_r)/q}{(1-R^2_{ur})/(n-k-1)}$$

	F-test	P-verdi
Bergen	12,77	≈ 0
Kristiansand	0,722	0,608

Dette betyr at det er omtrent 0% sjanse for å feilaktig forkaste H_0 for Bergen og ca 60% sjanse for å feilaktig forkaste H_0 for Kristiansand. Ved testing av morgenrushet i Bergen var resultatet nesten 100% sjanse for å feilaktig forkaste H_0 .

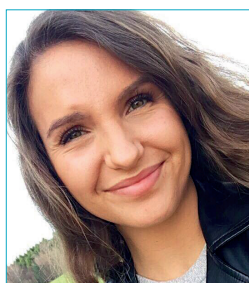
Forutsetning om fortsatt drift – så informativt som det burde være?

Fortsatt drift
Konkurs
Informasjonsplikt

Rita Holm Johnsen
Marie Sandvold Larsen
Elisabeth Tordal
Sigrid Terese Torgersen



Elisabeth Tordal



Marie Sandvold

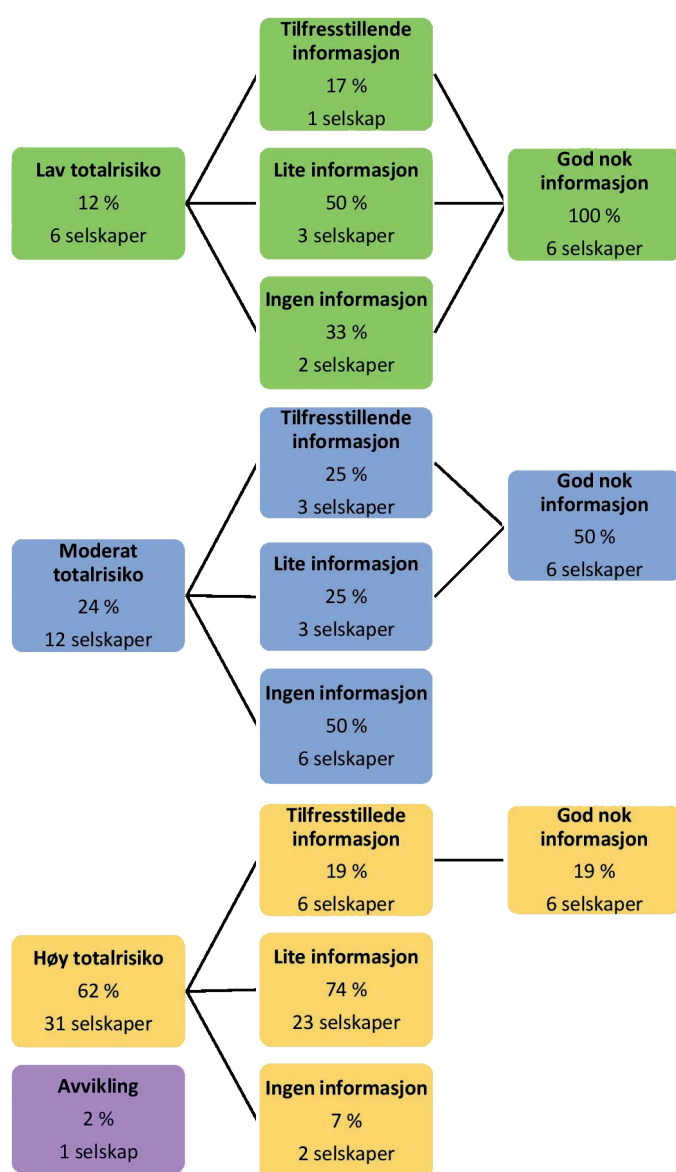


Sigrid Torgersen

Forutsetning om fortsatt drift - så informativt som det burde være?

RITA HOLM JOHNSEN, MARIE SANDVOLD LARSEN, ELISABETH TORDAL & SIGRID TERESE TORGERSEN

Institutt for økonomisk-administrative fag - fordypning i regnskap og skatt, 2017



PROBLEMSTILLING:

Gir styret i konkurstruede selskaper god nok informasjon om usikkerhet knyttet til fortsatt drift?

FREMANGSMÅTE:

Vi har i vår bacheloroppgave sett på hvordan ulike selskaper forholder seg til fortsatt drift forutsetningen og informasjonsplikten i regnskapsloven §§4-5 og 3-3a (7) ved bruk av kvantitativ og kvalitativ analyse. Gjennom en analyse av 50 selskaper har vi undersøkt hvordan disse opplyser om usikkerhet i forhold til fortsatt drift. Alle selskapene vi undersøkte har gått konkurs, og vi har vurdert om styret i selskapene har gitt god nok informasjon knyttet til usikkerhet rundt fortsatt drift i siste avlagte årsrapport.

RESULTAT:

Basert på de utvalgte nøkkeltallene EBITDA og egenkapitalandel, har vi funnet at 43 av selskapene hadde moderat eller høy totalrisiko for å gå konkurs. Av disse selskapene var det kun 12 selskaper som etter vår vurdering har gitt god nok informasjon knyttet til usikkerhet om fortsatt drift. Det vil si at det kun er 28 % av selskapene som var konkurstruet, som har gitt nok informasjon om usikker fortsatt drift i sin årsberetning.

KONKLUSJON:

Forskningen vår har avdekket at selskaper i liten grad opplyser om usikkerhet knyttet til fortsatt drift, og at dette er et område med stort forbedringspotensial. Mange selskaper overholder informasjonsplikten, men informasjonen de gir er ikke god nok for å tilfredsstille interessentenes informasjonsbehov.

IFRS 16 Leieavtaler

IFRS 16
Leieavtaler
IAS 17

Patrick Danielsen Pedersen
Eivind Rønnevik
Fredrick Rønningen
Hilde Sørensen



Eivind Rønnevik



Patrick Pedersen



Hilde Sørensen



Fredrick Rønningen

IFRS 16 Leieavtaler

Ø23

Hvordan vil børsnoterte selskaper bli påvirket av IFRS 16?

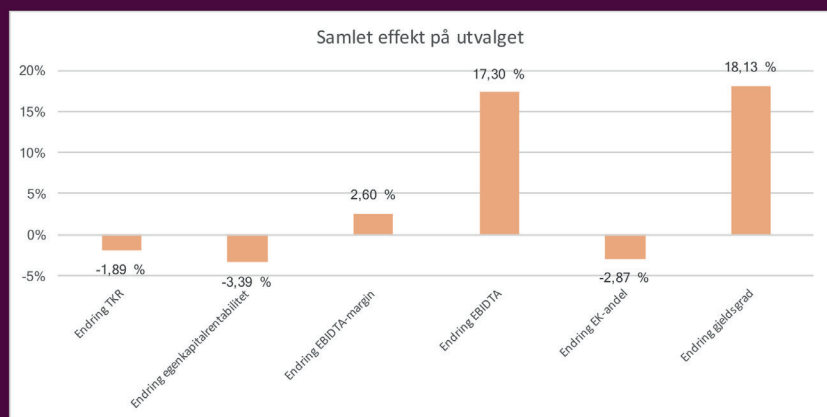
IFRS 16 er ny regnskapsstandard, som innføres 01.01.2019 for selskaper som følger de internasjonale regnskapsstandardene. Den handler om regnskapsmessig vurdering og behandling av leieavtaler.

Etter dagens standard, IAS 17, kan leieavtaler enten klassifiseres som operasjonell og kostnadsføres løpende, eller finansiell som innregnes i balansen. Ved den nye standarden vil leieavtaler måtte føres etter den finansielle, slik at operasjonelle leieavtaler nå må innregnes i selskapets balanseregnskap.

For å svare på problemstillingen har vi foretatt en kvantitativ analyse av årsrapporter til et utvalgt børsnoterte selskaper for 2016, og gjennomført dybdeintervjuer av representanter fra revisjonsbransjen samt en kredittinstitusjon. Den kvantitative analysen er bygget noen forutsetninger og vil ikke vise den reelle endringen av IFRS 16.

“One of my great ambitions before I die is to fly in an aircraft that is on an airline’s balance sheet.”

-Sir David Tweedie, chairman of the board IASB 2008



Konklusjon

- Størst endring i EBITDA og gjeldsgrad
- SAS, Norwegian Air Shuttle og XXL er selskapene som blir påvirket mest
- Ny grensegang: Leieavtale eller kjøp av en tjeneste?
- Lav sannsynlighet for brudd på covenants
- Sammenlignbarheten blir forbedret
- Kan medføre økt ressursbruk
- Forventninger til nøkkeltall må endres

Nedskrivning i offshore supply-bransjen i Norge

Offshore supply bransjen

Nedskrivning

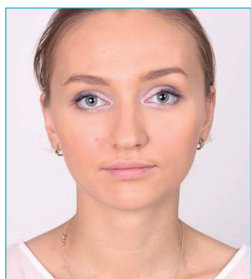
Internasjonale regnskapsstandarder

Trude Arnøy

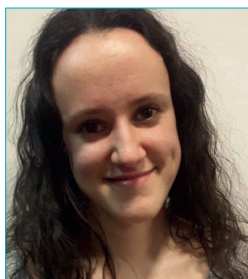
Atussa Hosseini

Marianne Raunholm

Maria Voroshninga



Maria Voroshninga



Marianne Raunholm



Trude Arnøy



Atussa Hosseini



FOTO: Gerhard Flaaten, SYSLA

NEDSKRIVNING AV NORSKE SKIP I OFFSHORE SUPPLY BRANSJEN

Trude Arnøy, Atussa Hosseini, Marianne Raunholm, Maria Voroshnina
 Institutt for økonomisk-administrative fag, fordypning i regnskap og skatt

Opgavens problemstilling:

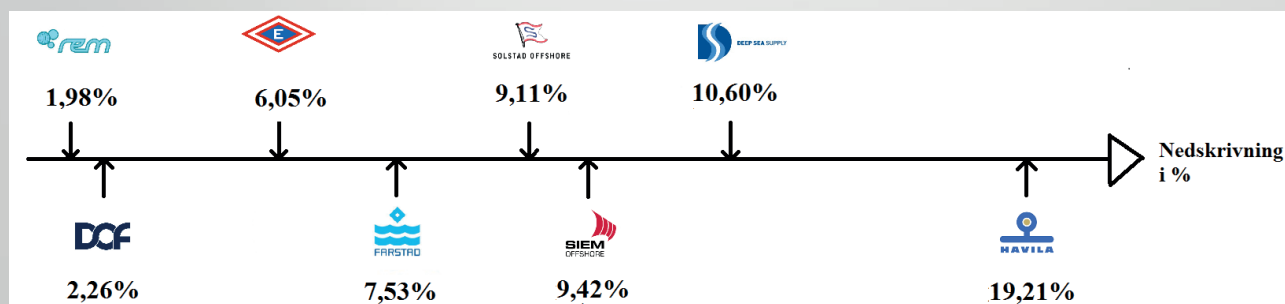
Operasjonalisering av gjenvinnbart beløp av børsnoterte selskaper

Sammendrag:

De norske offshore supply selskapene ble kraftig rammet av oljeprisfallet i 2014, bransjen ble preget av overkapasitet, med overskuddstilbud og fallende etterspørsel etter forsyningstjenester. Som følge av identifikasjon av indikatorer på verdifall på sine skip måtte selskapene vurdere nedskrivningsbehov og utføre nedskrivningstester. I denne oppgave har vi redegjort for hvordan selskaper i offshore supply bransjen har operasjonalisert gjenvinnbart beløp, og i hvilken grad operasjonaliseringen har påvirket størrelsen av selskapenes nedskrivninger.

Konklusjon:

Vi har studert 8 børsnoterte selskaper for å redegjøre nedskrivningspraksisen i offshore supply bransjen. Vi har avdekket at selskapene har veldig forskjellig nedskrivningspraksis, til tross for at alle selskapene opererer i samme bransje og har mange fellestrekk. I oppgaven har det vært argumentert for at børsnoterte offshore supply selskaper operasjonaliserer gjenvinnbart beløp på ulike måter. Det har blitt redegjort for at operasjonalisering av gjenvinnbart beløp forårsaker aktørenes varierende nedskrivningspraksis.

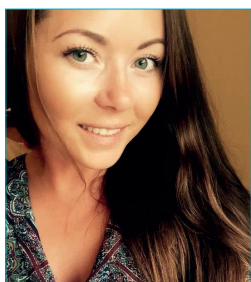


Nedskrivning i % av den totale verdien av flåten i 2015

Formuesskatt på utleid næringseiendom i perioden 2009-2016

Formuesskatt
Utleid næringseiendom
Regelverk

Rebekka Ullebø
Ida Skjoldal Vik
Kristin Tang Wrålsen



Ida Skjoldal Vik



Kristin Tang Wrålsen



RebekkaUllebø

FORMUESSKATT PÅ UTLEID NÆRINGSEIENDOM I PERIODEN 2009-2016

Rebekka Ullebø, Ida Skjoldal Vik og Kristin Tang Wrålsen
Institutt for økonomisk-administrative fag – fordypning i regnskap og skatt
Våren 2017

Problemstilling

På hvilken måte har endret regelverk for formuesbeskatningen påvirket virksomheter og aksjonærer knyttet til utleid næringseiendom i perioden 2009 - 2016?

Bakgrunn for oppgaven

I oppgaven ønsket vi å se nærmere på hvordan endret regelverk for formuesbeskatning har påvirket virksomheter og aksjonærer knyttet til utleid næringseiendom i perioden 2009-2016.

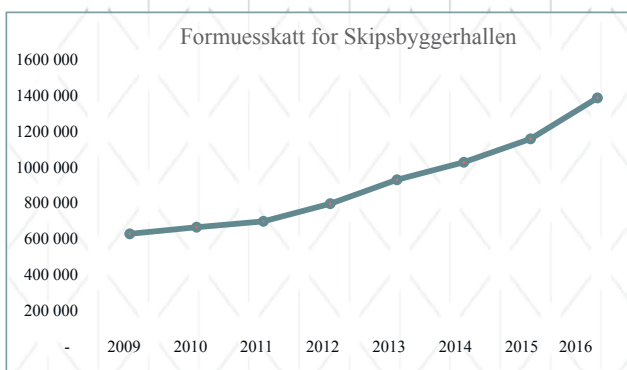
Regjeringen påstår at det nye reglementet har medført skattelettelse, mens aktører i næringslivet hevder at de opplever økt skattebelastning. Som følge av dette ønsket vi å undersøke hvilket av utsagnene som stemte overens med realiteten. For å kunne besvare problemstillingen satt vi oss inn i gjeldende regler, proposisjoner fra Stortinget og utførte dybdeintervjuer.

Metode

Vi tok i bruk en kvalitativ metode, da vi ønsket å studere betydningen av skatteendringene som har funnet sted i perioden 2009 til 2016. Som en del av vårt arbeid har vi samlet inn data i form av tall og annen informasjon, ved å intervjuer to aktører som driver med utleid næringseiendom i Bergen. På denne måten ønsket vi å oppnå en bedre forståelse av lovendringene knyttet til verdsetting og skattlegging av utleid næringseiendom. I bacheloroppgaven vår fremstilte vi et case, hvor vi presenterte en reell utleid næringseiendom og tallverdier knyttet til denne eiendommen. På denne måten fikk vi frem hvordan realiteten for virksomheter som driver med utleid næringseiendom kan ha vært i perioden fra 2009 til 2016, samt for aksjonærene av disse.

Konklusjon

Gjennom vår utredning kan vi besvare problemstillingen med å si at formuesskatten har ført til en økt skattebelastning totalt sett for aksjonærer av utleid næringseiendom gjennom perioden 2009-2016. Høyere formuesskatt for aksjonærene vil kunne resultere i økt belastning for selskapet, og kunne oppleves som en ulempe i forhold til konkurransen med utenlandske aktører.



Det kommunale regnskapssystemet i Norge

Kommuneregnskap
Anordningsprinsippet
Regnskapssystem

Eirin Sandvik
Kristina Nesse Stephensen
Henrik Tønnessen Sjø



Henrik Sjø



Kristina Nesse Stephensen



Eirin Sandvik



DET KOMMUNALE REGNSKAPSSYSTEMET I NORGE

Av Kristina N. Stephensen, Eirin Sandvik og Henrik T. Sjø

Institutt for økonomisk-administrative fag, fordypning i regnskap og skatt

Problemstilling

«Bør regnskapssystemet for kommunal budsjett- og regnskapsførsel endres ut i fra kommuneregnskapets brukere og kommuners formål?»



Bakgrunn for oppgaven

Det har lenge pågått en debatt om regnskapssystemet i kommunal sektor i Norge. I motsetning til private bedrifter har ikke kommuner økonomisk overskudd som formål, men velferdsmaksimering blant innbyggerne innenfor gitte økonomiske rammer. I denne oppgaven har vi tatt for oss dagens kommuneregnskap for å se om dagens løsning med anordningsprinsippet er tilstrekkelig med hensyn til kommuneregnskapets brukere og kommuners formål.

Metode

For å få bedre innsikt i dagens kommuneregnskap og problemområder ved dette har vi intervjuet fire anerkjente fagpersoner innenfor kommuneregnskap.

Konklusjon

Vi har kommet frem til at de viktigste brukerne av kommuneregnskapet er kommunen selv og innbyggerne. Ut i fra dette og kommunens formål mener vi at dagens ordning med anordningsprinsippet er det beste alternativet. Likevel ser vi forbedringspotensial med dagens system, og da spesielt i resultatoppstillingen.

En studie av årsregnskapene til norske børsnoterte legemiddelselskap

Forskning og utvikling
Legemiddelselskap
Beslutningsnyttig informasjon

Lilli Jane Lønning
Håvard Utne Berg
Birgitte Aanestad





Institutt for økonomisk- administrative fag – fordypning i regnskap 2017
Lilli Jane Lønning, Håvard Utne Berg & Birgitte Aanestad

Beslutningsnyttig informasjon

En studie av årsregnskapene til norske børsnoterte legemiddelselskaper

Bakgrunn for valg av tema

Årsregnskapet til selskaper som følger IFRS skal gi beslutningsnyttig informasjon, dvs. informasjonen skal utgjøre en forskjell i valget mellom å kjøpe, selge og beholde aksjer. I denne studien har vi undersøkt hvorvidt årsregnskapet til selskaper som år etter år går med store underskudd, og har ingen verdier i balansen gir slik informasjon.

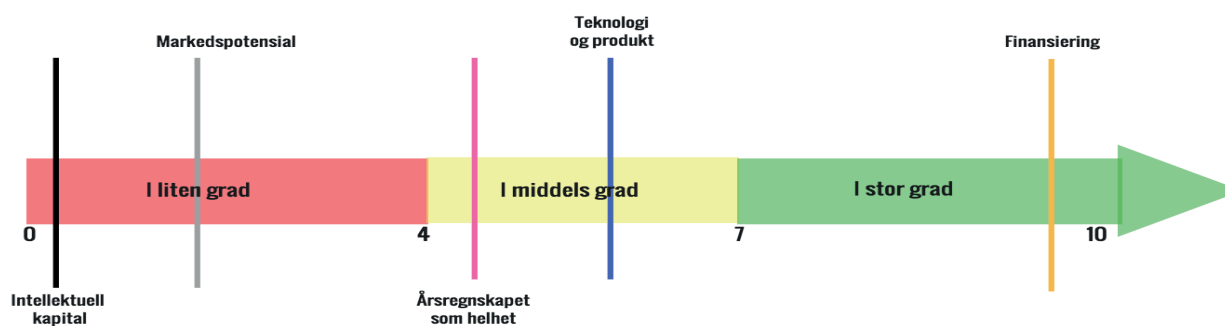
Metode

For å finne ut hvilken informasjon som er beslutningsnyttig for investorer i legemiddelselskap henvendte vi oss til aksjeanalytikere og forvaltere. Basert på informasjonen de legger til grunn ved investering i legemiddelselskaper foretok vi en deskriptiv innholdsanalyse av årsregnskapene til de syv selskapene i studien.

Sammendrag

I denne studien kategoriserte vi beslutningsnyttig informasjon i fire kategorier: intellektuell kapital, markedspotensial, teknologi og produkt og finansiering. Analysen viser at årsregnskapene inneholder i varierende grad beslutningsnyttig informasjon knyttet til disse kategoriene, vist i figuren under. I studien har vi definert informasjonen i tre intervaller hvor man i det grønne intervallet vil finne igjen all relevant informasjon knyttet til kategorien, mens man for rødt og gult intervall må innhente mer informasjon fra andre kilder. Som vi ser er det kun for finansiering selskapene i denne studien gir tilfredsstillende beslutningsnyttig informasjon og som vil utgjøre en forskjell i valget mellom å kjøpe, selge eller beholde aksjer i legemiddelselskap.

Beslutningsnyttig informasjon



Rapportering av alternative resultatmål

Alternative resultatmål

ESMA

IFRS

Jan Ricardo Irgens Gjermundsen

Olav Hamborg

Eirik Hopen

Jostein Hornet



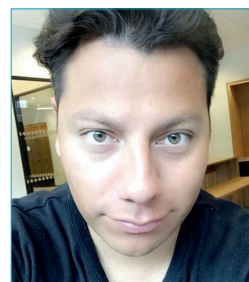
Olav Hamborg



Erik Steen Hopen



Jostein Hornet



Ricardo Gjermundnes

Rapportering av alternative resultatmål

Jostein Hornet, Ricardo Gjermundnes, Olav Hamborg og Eirik Hopen
 Institutt for økonomisk-administrative fag - Fordypning i regnskap og skatt

› En undersøkelse av børsnoterte selskapers bruk av alternative resultatmål

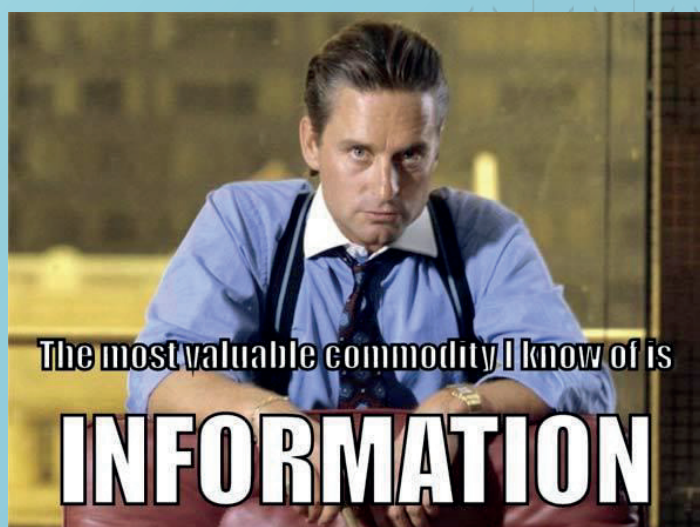
› Børsnoterte selskaper sin rapportering av regnskapstall er strengt regulert. De skal gi markedet og andre interessenter vesentlig informasjon, børsens viktigste ressurs. Det har utviklet seg en praksis hvor selskaper i tillegg til regulerte regnskapstall, rapporterer alternative resultatmål. Kan bruken ha negativ innvirkning på nytten hos regnskapsbrukeren? Kan tallene gi inntrykk av at selskapet gjør det bedre enn det som følger av regulerte rapporteringstall? Det som er sikkert, er at lovgivende organer på EU-plan har tatt grep, og laget retningslinjer for hvordan alternative måltall skal rapporteres. Spørsmålet er om disse blir fulgt av norske børsnoterte selskaper. Undersøkelsens problemstilling var dermed:

› «Har ESMA guidelines on Alternative Performance Measures påvirket norske børsnoterte selskapers finansielle rapportering, og utgjør de alternative resultatmålene en trussel mot nytten av rapporteringen?»

› Metode og fremgangsmåte:

Undersøkelsen ble gjennomført ved bruk av et deskriptivt forskningsdesign. For å besvare den første delen av vår problemstilling ble det gjennomført en kvantitativ innholdsanalyse. Videre ble det gjennomført en kvalitativ analyse av funnene for å besvare den siste delen av problemstillingen.

- › Oppgaven er avgrenset til å gjelde norske børsnoterte selskaper som avlegger årsregnskap i samsvar med IFRS.
- › Årsrapportene til 15 norske børsnoterte selskaper ble analysert ved å bruke et kodeskjema som ble utarbeidet på forhånd. Kodeskjemaet inneholdt sentrale retningslinjer fra «ESMA Guidelines on Alternative Performance Measures». Selskapenes rapportering av alternative resultatmål ble vurdert opp mot dette kodeskjemaet for henholdsvis 2015 og 2016.



› Sammendrag

- › Oppgaven analyserer først og fremst årsrapportene til selskaper på Oslo Børs, og måten de rapporterer alternative resultatmål på. Videre undersøkes det om rapporteringen er i tråd med de nylig utgitte retningslinjene fra ESMA. Oppgaven undersøker måten de alternative resultatmålene blir rapportert på med utgangspunkt i kodeskjemaet som ble utarbeidet, med en rekke kontrollspørsmål som ble stilt underveis. Videre i oppgaven undersøkes det om rapporteringen av alternative resultatmål kan utgjøre en trussel mot nytten i årsrapporten, og da nærmere bestemt årsberetningsdelen. Undersøkelsen viste at de aller fleste selskapene som ble undersøkt ikke har tatt ESMA's veiledning til etterretning. Dette ga grunnlag til å svare på del to av problemstillingen. Oppgaven konkluderer med at svak rapportering av alternative resultatmål kan utgjøre en trussel mot nytten av rapporteringen.



2017 Ø 29

Regnskap og skatt

Bruk av regnskaps- data for å trekke konklusjoner om kommuners drift

Anne-Silje T. Loven

Isabelle N. Heiberg

Janita K. Johnsrud

Mariell Røse



INSTITUTT FOR ØKONOMISK- ADMINISTRATIVE FAG / 2017



Bruk av regnskapsdata for å trekke konklusjoner om kommuners drift

Anne-Silje T. Loven, Isabelle N. Heiberg, Janita K. Johnsrud og Mariell Røse.
 Institutt for økonomisk-administrative-fag, fordypning i regnskap og skatt

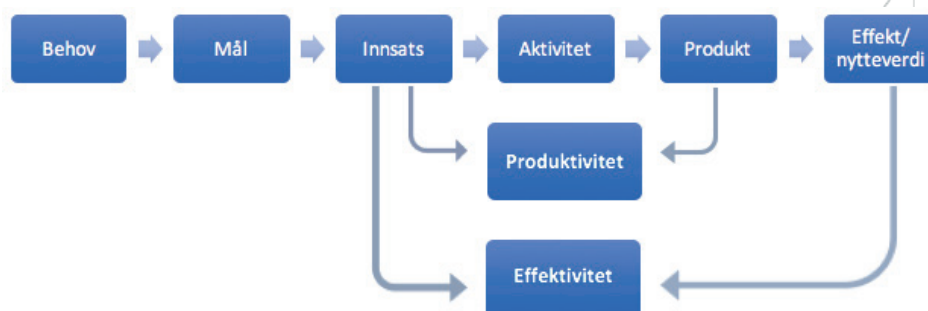


› Problemstilling

Hvilke utfordringer er knyttet til metoder og verktøy brukt i beregning av ressursbruk og effektivitet på tjenestene til utviklingshemmede i Bergen kommune?

› Bakgrunn for oppgaven

Det er vanlig praksis at ulike konsulentfirmaer utarbeider rapporter på vegne av kommunen. De analyserer ulike tjenestoområder for å kartlegge ressursbruken og kostnadsfordelingen. Rapportene bruker forskjellige metoder for å trekke konklusjoner om ressursbruk og effektivitet på tjenester til utviklingshemmede. Det ønskes å finne områder som kan effektiviseres, samtidig som kvaliteten opprettholdes. Vi skal undersøke om metodene er egnet til å måle dette. Det som er interessant er hva som måles, hvordan det måles, og hva forteller oss det oss.



› Konklusjon

Vi har sett at kommuneregnskapstall, gjennom KOSTRA og manuell innhenting av data, er lite egnet til å gi styringsinformasjon på området TTU. I tillegg kan det knyttes tvil til om regnskapsdata kan brukes til å trekke konklusjoner om tjenesteproduksjonens kvalitet og omfang.

Det foreligger utfordringer vedrørende datakvaliteten i analysene rapportene har gjennomført, spesielt fordi det er særlig krevende å fastslå hva tjenesteproduksjonen inneholder. Dette kan knyttes til at det er vanskelig å skape et felles uttrykk på menneskelige vurderinger og behov, når disse er så komplekse.

En svakhet, etter vår oppfatning, er at beregningene i rapportene tilsynelatende ikke gir meningsfulle resultater tilknyttet effektivitets- og produktivitetsbegrepet. Derfor mener vi det kan knyttes usikkerhet til anbefalingene rapportene legger frem, vedrørende effektivisering av tjenester. På bakgrunn av dette, mener vi at en bør være kritisk til anbefalinger som gis.



Foto: Thea Storesund





Premieavvikets effekt på økonomiske resultater i Haugesund kommune 2002-2016.

Tore Balchen og Ina Rolfsdatter Øvstedal

Etter en relativt høy økning i pensjonskostnadene i kommunesektoren i årene 1999-2001, kom det i 2002 en regelverksendring for føring av pensjon i kommunen. For å jevne ut svingningene i premiene ble det med bakgrunn i Norsk regnskapsstandard, men med flere tilpasninger til kommunale regnskapsregler, gitt anledning til å fordele premietoppene over flere år. Denne regelendringen skulle bidra til økt stabilitet og mer forutsigbare budsjetttrammer for den enkelte kommune.

Med det nye regelverket oppstod begrepet «premieavvik», som kort kan forklares som differansen mellom beregnet pensjonskostnad og innbetalt pensjonspremie. Kommunene fikk valget om å amortisere dette premieavviket over 15 eller ett år. Haugesund kommune valgte å amortisere premieavviket over flere år, i likhet med flertallet av norske kommuner. Siden innføringen av regelverksendringen i 2002 har pensjonspremien vært år vært høyere enn den beregnede pensjonskostnaden, slik at premieavviket har vært positivt alle årene.

Vi ønsket med vår oppgave å se hvilken effekt premieavviket og denne regelendringen har hatt på kommunens økonomiske resultater.

Vi har analysert Haugesund kommunes netto driftsresultater for 2002 -2016, og beregnet nye verdier for hvordan resultatene ville sett ut dersom kommunen hadde valgt 1 års amortisering av premieavviket, og dersom regelendringen ikke hadde blitt innført i 2002.

Vi har benyttet oss av både kvalitativ og kvantitativ metode for datainnsamling, analyse og tolking. Dataene som danner grunnlaget for konklusjonen vår er hentet inn fra intervjuer, årsregnskap og pensjonsnoter tilknyttet Haugesund kommune.

Resultatene fra våre analyser viser at innføringen av den nye pensjonsføringen i 2002, og Haugesund kommunes valg om å amortisere premieavviket over flere år har hatt en effekt på kommunens netto driftsresultat.

Dagens føring gir et bedret resultat enn dersom faktisk innbetalt pensjonspremie ble vist i driftsregnskapet. Resultatene viser også at å amortisere dette premieavviket over ett år ville gitt kommunen ett mer realistisk bilde av den faktiske betalte kostnaden hvert år enn ved dagens føring.





Islamsk bank

Tom Undheim, Hamit Turan, Morgan Karlsen og Govert Dahl

Temaet for denne oppgaven er islamske banker. Vi vil se på hva en islamsk bank er, og hvordan det økonomiske systemet fungerer. Islamske banker har forbud mot å ta i bruk renter, og på grunn av dette har vi valgt å ha et spesielt fokus på renteforbud i vår oppgave. Gjennom historien har renter vært forbudt i flere århundrer i flere reilgioner, men per dags dato er det kun Islam som forbyr bruken av renter. På grunn av renteforbudet innenfor Islam, opererer det økonomiske systemet annerledes enn det konvensjonelle banksystemet.

Islamske banker er primært basert på innholdet i Koranen og Sharia-loven. Sharia er et sett med lover og regler som enhver muslim skal følge. Dette gjelder også i økonomiske sammenhenger. Sharia forbyr all bruk av renter, og dette fører til at de finansielle produktene i islamske banker bruker andre løsninger. Finansielle kontrakter i islamske banker er kun gyldige dersom de ikke inneholder noe form for renter, tvetydighet, gambling og korrupsjon/bedrageri. De ulike kontrakttypene som benyttes er blant annet murabahah, ijarah, mudarabah, musharakah, jo'ala, wikala og kifala. Kontrakter som omhandler samarbeid er mudarabah og musharakah. Disse kontraktene brukes når kunder vil investere gjennom islamske banker. De andre kontraktene tilbyr kunder de samme tjenestene/produktene som konvensjonelle banker, men i samsvar med Sharia.

Kapitalmarkedet i islamske banker er under utvikling den dag i dag, og opplever stadig problemer ved å finne investeringsmuligheter som er i samsvar med Sharia. Dette gjelder også aksjemarkedet som islamske banker investerer i. Islamske banker benytter Sukuk som et alternativt for obligasjoner. Sukuk er islamske obligasjoner som er strukturerte for å generere avkastning til investorer i samsvar med Sharia. Ved kjøp av vanlige obligasjoner, låner man i utgangspunktet penger til selgeren av obligasjonen for en bestemt periode og mottar fortjeneste. Dette er ikke tillatt innenfor Islam, og Sukuk er en type obligasjon som er i samsvar med Riba.

Det finnes flere typer risiko som islamske banker er utsatt for. Noen av risikoene er marginrisiko, kredittrisiko, markedsrisiko, renterisiko og lovmessige risiko. Videre har vi sammenlignet konvensjonelle banker mot islamske banker. Begge banktypene fungerer som mellommenn for sine kunder. Det som skiller de to ulike bankene fra hverandre, er hvordan tap og fortjenester blir fordelt mellom kundene og banken.

Avslutningsvis har vi sett på situasjonen i Norge og om mulighetene for islamske banker i implementere seg i Norge. Per dags dato finnes det ikke islamske banker i Norge, men flere av de konvensjonelle bankene i Norge vurderer å tilby løsninger som skal være i samsvar med Sharia. Global Housing er det eneste selskapet i Norge som tilbyr boliglån som er i samsvar med Sharia. Flere land i Europa har etablert islamske banker, og dette viser oss at slike banker også kan fungere sammen med det konvensjonelle systemet. En islamsk bank kan være mulig å etablere i Norge dersom etterpørselen er tilstede og de norske lovene åpner opp for alternative løsninger.

Bacheloroppgave utført ved Høgskulen på Vestlandet – studiested Haugesund, Økonomi og administrasjon

Dette arbeidet er gjennomført som ledd i bachelorprogrammet i økonomi og administrasjon ved Høgskulen på Vestlandet og er godkjent som sådan.

Godkjenningen innebærer ikke at HVL innestår for metodene som er anvendt, resultatene som er fremkommet og konklusjoner og vurderinger i arbeidet.



Regnskapsmanipulering

- En studie av hvordan eksterne regnskapsførere forebygger, avdekker og håndterer regnskapsmanipulering i praksis

Christina Krogdahl og Gintare Sirputyte

Vi har i denne oppgaven definert problemstillingen vår til å være:

“Hvordan forebygger, avdekker og håndterer eksterne regnskapsførere regnskapsmanipulering i praksis?”

Med denne studien ønsket vi å finne ut hvordan de eksterne regnskapsførerne bidrar til å forebygge, avdekke og håndtere manipulering av regnskapet. Hovedsakelig har vi sett på den delen av regnskapsmanipulering som går på å påvirke resultatet og da også balansen i regnskapet.

Vi har benyttet oss av kvalitativ metode i form av intervjuer. Til sammen har vi gjennomført seks intervjuer med seks forskjellige autoriserte regnskapsvirksomheter. På bakgrunn av disse intervjuene presenterte vi resultatene og drøftet videre disse opp mot problemstillingen vår og teorien.

Resultatene viser at de eksterne regnskapsførerne ikke har et særlig bevisst forhold til hvordan de kan forebygge regnskapsmanipulering. Det ble allikevel nevnt at å sørge for at kunden har gode interne rutiner og å synliggjøre en høy oppdagelsesrisiko kan være forebyggende. De påpekte flere aspekter på hvordan de avdekker manipuleringen. De nevnte at nøkkeltallsanalyser, bransjekunnskap og det å ha gode interne rutiner er med på å avdekke regnskapsmanipulering. Hvis de avdekker kunders forsøk på manipulering er det stor sannsynlighet for at de frasier seg oppdraget. Ved mistanke om hvitvasking undersøker regnskapsføreren dette, og hvis de da etter undersøkelsene ikke får avkreftet mistanken, så rapporterer de i henhold til hvitvaskingsloven.





Effekten av trinnskatt

Alexandra Horsfjord Haarr og Anne Nesheim Klakken

Oppgaven tar for seg overgangen til trinnskatt i 2016, og hva effekten utgjør for samfunnet i forhold til den tidligere toppskatten.

Innledningsvis presenterer vi problemstillingen som er bakgrunnen for denne oppgaven. Vi gjør rede for motivasjonen bak oppgavevalget og avgrensninger til oppgaven for å gjøre den mest mulig relevant i forhold til problemstillingen.

Vi tar for oss hvilket kildemateriale som ble brukt og hvilket metodevalg som var mest hensiktsmessig.

Vi starter hoveddelen med en teoridel for å øke forståelsen rundt temaet. Her ser vi nærmere på grunnprinsippene norsk skatterett bygger på og hvordan skatteoppgjøret blir beregnet. Her går vi også nærmere inn på forskjellene mellom toppskatt og trinnskatt og årsakene som ligger bak endringen.

Vi starter selve analysedelen ved å se nærmere på den totale effekten av endringen til trinnskatt. I denne delen tar vi for oss ulike case av enkeltpersoner med ulike inntektsnivå. Dette gjør vi for å få et innblikk av hvordan deres personlig økonomi vil påvirkes av trinnskatten generelt i forhold til toppskatt. Etterpå gjør vi rede for den helhetlige endringen i skatteloven fra 2015 til 2016 og sammenligner forskjellene i casene når vi ser på den helhetlige endringen mot resultatet ved kun en endring til trinnskatt. Analysedelen fortsetter ved at vi tar for oss statistiske opplysninger om antall personer som blir påvirket av innføringen.

Avslutningsvis oppsummerer vi resultatene vi har kommet frem til i hoveddelen. I tillegg konkluderer vi med hvilke effekter endringen vil gi og eventuelle konsekvenser for personlig skatteyter og samfunnet.





Verdsettelse av Jæren Olje AS

Andreas Fossfjell, Cecilie Lien, Christoffer Kallekødt og Jøran Vinningland

I denne utredningen har vi verdsatt bedriften Jæren Olje AS og sett på ulike faktorer som kan påvirke verddivurderingen av selskapet. Gjennom verddivurderingen har vi drøftet ulike fordeler og ulemper ved modellene som er brukt, samt sett på utfordringene knyttet til å gjøre en verddivurdering av et ikke-børsnotert selskap i Norge. Innledningsvis presenterer vi selskapet og dens historikk, etterfulgt av en gjennomgang av ulike metoder og verdsettelsesteknikker.

Gjennom oppgaven har vi med utgangspunkt i inntjeningsbasert metode med diskontering av fri kontantstrøm, verdsatt Jæren Olje med fokus på de 9 trinnene som Kaldestad & Møller presenterer i boken sin. Det første trinnet baserer seg på en historisk regnskapsanalyse hvor vi vurderer likviditeten, finansieringen, soliditeten og lønnsomheten til selskapet. I arbeidet med den strategiske analysen har vi identifisert ulike interne og eksterne styrker og svakheter i selskapet. For å identifisere disse har vi brukt en Porters five forves og en PEST-analyse. Dette danner grunnlaget for prognosearbeidet og verdsettelsen basert på diskontering av kontantstrøm. Til slutt har vi valgt å belyse vanskeligheten med verdsettelsen ved å gjennomføre en sensitivitets- og scenarioanalyse med tre forskjellige scenarier: optimistisk, forventet og pessimistisk. Verdiene vi får ved scenarioanalysen danner grunnlaget for verdiintervallet vi valgte å sette på Jæren Olje. Resultatet av denne analysen gav oss et verdiesimat mellom 32-52 millioner kroner.





Hvordan implementere en ny måte å se kompetanse på?

Cecilie Pedersen, Kristina Østrem Runic og Siri Lyngholm Helgesen

Oppgavens formål er å studere kompetanseutvikling i Gassco. Våren 2016 opprettet de et kompetanseprosjekt hvor målet var å kartlegge og utvikle selskapets kompetanse. De har valgt å fokusere på fag- og adferdskompetanse, noe som vil føre til endringer i organisasjonen.

Vi fant begrepet adferdskompetanse interessant, og ønsket å basere forskningen på dette. Dermed jobbet vi ut fra problemstillingen: “Hvordan implementere en ny måte å se kompetanse på?”

Gassco har valgt medarbeidersamtalen som hovedverktøy i implementeringsprosessen. I tillegg har de utviklet “tett på” - samtaler og et nytt digitalt verktøy for en systematisk kartlegging av kompetanse og utvikling.

For å få best mulig forståelse har vi valgt å fokusere på teori som omhandler kompetanse og implementering. Vi ser blant annet på implementeringens fire faser og hvilke faktorer som skal til for at en slik prosess skal lykkes.

Vi har valgt å gå for en kvalitativ tilnærming, der vi intervjuet tre avdelingsledere, to tillitsvalgte og en ansatt. Dette ga oss også muligheten til å stille utdypende spørsmål, og til å undersøke om intervjuobjektene hadde tilleggsinformasjon vi ikke var klar over. Spørsmålene omhandlet begrepene kompetanse og adferdskompetanse, samt om implementeringsprosessen.

Dette resulterte i en dypere forståelse for verktøyene Gassco har brukt for å implementere adferdskompetanse. Gjennom litteratursøk fikk vi forståelse av at dette er et nytt begrep med lite tilhørende teori. Vi har konkludert med at under disse omstendighetene har Gassco klart å gjennomføre denne endringen.





Hva er best mulig måte for en lokal bedrift på Haugalandet å innhente kapital?

Anel Mujkanovic, Johannesen, Martin Hadland og Ørjan Fagertun Melkevik

I denne oppgaven har vi sett på kapitalinnhenting for Subsea firmaet Deep Ocean Group. Vi har valgt å fokusere på Deep Ocean Group siden det er en lokal bedrift som tidligere har vært på børs, men som nå er under eierskap av Triton Investments. Sammen med Triton Investments som kom inn som majoritetseier i januar 2017, fikk Deep Ocean Group inn både ny kapital og mer sikkerhet. I den anledning har vi sett på hvordan de innhenter kapital i dag og om det eventuelt kan være aktuelt for Deep Ocean Group og igjen gå på børs en gang i fremtiden. Dette fordi en børsnotering blir sett på av mange som en god måte å innhente kapital på.

I forhold til en eventuell børsnotering har vi presentert de fordeler og ulemper som forekommer ved en børsnotering. I den anledning ser vi at kapitalinnhenting er den soleklart største fordelen og hovedgrunnen for å børsnotere seg. Dette kommer også frem i intervjuet som ble gjort i sammenheng med denne oppgaveskrivingen.

For å hente inn informasjon fra bedriften har vi brukt kvalitativ metode. I utgangspunktet ønsket vi intervju med flere i ledelsen, men på grunn av lite tid fra Deep Ocean Group grunnet det mye omtalte oppkjøpet fra Triton Investments fikk vi bare ett intervju. Resterende personer i ledelsen fikk vi mulighet til å sende en kort spørreundersøkelse.

Dersom Deep Ocean skal børsnotere seg, bør de tenke godt over de fordeler og ulemper som er gjengitt i oppgaven og vurdere om det er gunstig å gå på børs på det aktuelle tidspunktet.





Hva koster en student på HVL?

- En kvantitativ analyse av regnskapstall for de siste 10 årene

Kine Knutsen og Anders Lund

Vi har i denne oppgaven tatt utgangspunkt i og hentet inspirasjon fra en rapport gjort av NIFU og Deloitte på oppdrag fra Kunnskapsdepartementet med tittelen «Hva koster en student». Vi har gjort en kostnadsanalyse med utgangspunkt i historiske regnskapstall av vår egen skole, Høgskulen på Vestlandet, HVL, og fokus på dybdeanalyse av studiet økonomi og administrasjon. Vi har delt oppgaven inn i seks deler, som består av innledning, teori, metode, dataanalyse, avslutning og konklusjon.

I teoridelen har vi forklart hvordan en statlig institusjon som HVL fungerer økonomisk. Videre har vi tatt for oss hvilke ulike kategorier HVL har som inntekt fra statlige bevilgninger, samt hva forskning på andre norske universiteter og høyskoler har vist. I metoddelen har vi tatt for oss teori rundt metode samt vårt valg av metode for å kunne besvare våre spørsmål rundt problemstillingen vår. I oppgaven har vi primært brukt kvantitative sekundærdata, hvor vi har hentet ut tall fra Norsk senter for forskningsdata.

I dataanalysedelen har vi presentert økonomi, nøkkeltall og analysert disse. Det har også blitt gitt en generell innføring i skolens økonomi, samt hvilken kostnads- og inntektsposter vi har vektlagt vår analyse. Analysen avdekket økte kostnader, dermed drøfter vi videre hvorvidt dette er et resultat av at studenter ikke følger den planlagte progresjonen i studiet. Ved å fordele faktiske kostnader på produserte studiepoeng og budsjetterte kostnader på planlagte studiepoeng, fant vi avvik fra budsjettet. Avviket mellom disse viser at HVL har en høyere kostnad per produserte studiepoeng enn det som er budsjettet. Deretter sammenlignet vi faktisk kostnad per studiepoeng med den nasjonale studien gjort av NIFU og Deloitte for Kunnskapsdepartementet. Dette gjorde vi for å utdype hvorvidt et studiepoeng på HVL er dyrere eller rimeligere sammenlignet med gjennomsnittet i landet. Vi har også avdekket negative avvik i lønnskostnader, målt opp imot budsjett. Avviket vi fant i lønnskostnader kan ha sammenheng med at produksjon av studiepoeng blir dyrere som følge av at studentene ikke følger studieløpet.

Videre utførte vi beregninger på kostnadseffekter for de resultatorienterte støttene fra undervisningskomponenten og kandidatstøtten. Dette lot oss studere nærmere total inntektseffekter til HVL. I 2017 har vi en betraktelig endring i kvalifisering av bevilgninger som vil igjen få betydning hva en student ved HVL vil koste.

Vår konklusjon er at studentene ved HVL koster i gjennomsnitt 102 000NOK per år, vi har derimot ingen indikator på om dette skiller seg ut fra resten av de statlige høyskolene. Tilsvarende kunne vi ikke fremstille svar på hva en ØKAD student koster.

Bacheloroppgave utført ved Høgskulen på Vestlandet – studiested Haugesund, Økonomi og administrasjon

Dette arbeidet er gjennomført som ledd i bachelorprogrammet i økonomi og administrasjon ved Høgskulen på Vestlandet og er godkjent som sådan.

Godkjenningen innebærer ikke at HVL innestår for metodene som er anvendt, resultatene som er fremkommet og konklusjoner og vurderinger i arbeidet.





Overgangen fra toppskatt til trinnsnitt for personlige skattytere

Hege Jacobsen, Kathrine Fristad, Katrine Bakke og Sølvi Svendsen

I denne bacheloroppgaven har vi jobbet med overgangen fra toppskatt til trinnsnitt. For å se ulike konsekvenser som dukket opp, har vi valgt å se hvordan beskatning for personlige skattytere har endret seg fra 2015 til 2016. En ny regjering ble satt inn i 2013, og de hadde et ønske om å redusere arbeidsledigheten samt øke lønnsomheten fra arbeidet. Dette har ført til flere endringer i beskatning av personlige skattytere og vi ønsket dermed å finne ut hvilken gruppe skattytere som ble mest påvirket, og om alle faktisk vil merke denne endringen.

Bakgrunnen for skatt i Norge har kortfattet blitt lagt frem, og vi har i tillegg sett på hvordan skattesystemet har endret seg for personlige skattytere før vi gikk dypere inn i endringene i skatt fra 2015 til 2016. I tillegg har vi lagt frem viktige beregninger og påvirkningsfaktorer for beskatning av personlig skattyter.

Vi ønsket å finne ut konkret hvilken rolle trinnsnittet spiller for beskatningen, i tillegg til å undersøke hva samlet resultat ble når alminnelig skattesats ble redusert i 2016. Vi benyttet oss av en kvalitativ forskningsmetode hvor vi utførte en strukturert gruppesamtale med Hagland Finans AS. Videre ble deres kunnskap angående dette temaet sammenlignet med teori vi allerede hadde hentet inn. Her fikk vi gode innspill angående konsekvensene, og et godt grunnlag ble lagt for å kunne utføre en analyse.

Konklusjonen ble basert på informasjon fra intervjuobjektene og relevant teori. Utfallet av gruppesamtalen var at det var to grupper skattytere som merket overgangen til trinnsnitt negativt. I tillegg var det flere grupper som fikk positiv virkning av innføringen av trinnsnitt. Det kom også frem at beskatningen har skiftet, og at personinntekten blir høyere belastet enn tidligere, samtidig som alminnelig inntekt får motsatt effekt.



Forslag til ny norsk regnskapslov - prinsippet om fortsatt drift

Anette Strømland og Siren Haugland Gundersen

Tema for bacheloroppgaven vår er forslaget om ny norsk regnskapslov. Forslaget innebærer en tydelig og lojal direktivimplementering, hvor kjernen er å tilpasse seg EUs nye regnskapsdirektiv som også gjelder innenfor EØS. Vi har sammenlignet dagens regnskapslov med de foreslåtte endringene for å se hvilke konsekvenser en innføring av ny norsk regnskapslov vil få for dagens regnskapspraksis. Da forslaget til ny norsk regnskapslov er så omfattende og innebærer en rekke forskjellige endringer, har vi valgt å avgrense oppgaven vår til endringen av prinsippet om fortsatt drift, og konsekvenser for rapporteringen av fortsatt drift da årsberetningen foreslås fjernet for små foretak.

For å gi svar på hvilke konsekvenser innføringen av ny norsk regnskapslov vil kunne medføre, har vi utarbeidet tre forskjellige kvalitative undersøkelser. Utgangspunktet for oppgaven er en kvalitativ dokumentanalyse, hvor vi har tatt utgangspunkt i sentrale dokumenter som høringsutkast, herunder høringssvar og dagens regnskapslov. Vi har også som et supplement gjort en stikkprøve av et utvalg på 30 selskaper som har gått konkurs på Haugalandet i perioden 2016/2017. Dette har vi gjort for å se hva selskapene faktisk skriver knyttet til fortsatt drift året før konkursbegjæringen. Som et annet supplement har vi også gjennomført tre semi-strukturerte intervju av personer fra regnskapsbransjen som arbeider tett opp mot dagens regnskapslov, og som dermed har hatt formeninger om hvordan en ny norsk regnskapslov trolig vil slå ut i praksis.

Ved å gjennomføre de ulike analysene har vi funnet ut at endringen av prinsippet om fortsatt drift trolig vil ha lite innvirkning på dagens regnskapspraksis. Dette fremkommer av at dagens praksis allerede ligger tett opp mot ordlyden i den foreslåtte paragraf om fortsatt drift i lovforslaget. I tillegg vil en fjerning av årsberetningen ikke ha noe å si for rapporteringen av fortsatt drift da dette uansett skal opplyses om i notene. Resultatene viser også at en fjerning av årsberetningen vil bidra til en positiv forenkling for små foretak i og med at det vil lette det økonomiske og administrative arbeidet.





Regionalpolitiske utfordringer i utforming av finanspolitikken

Mette Kirkhus Dale, Arne Habbestad og Stine Jernæs Johnsen

Oppgaven tar for seg ulike tilnærminger for hvordan arbeidsledighet sett i sammenheng med befolkning, sysselsetting og pendling kan brukes for å løse regionalpolitiske utfordringer i utforming av finanspolitikken.

For å beskrive den nasjonale konjunktursituasjonen i Norge, har oppgaven fokusert på tidsperioden 1977 til 2017, men ettersom det nylig har vært et markant etterspørselssjokk og en periode med lavkonjunktur i Sør-Vestlandsregionen, har hovedfokuset vært på tidsperioden 2014 til 2017. Oppgaven har som mål å svare på følgende problemstilling: «Hvordan kan arbeidsledighet, sett i sammenheng med andre faktorer, gi grunnlag for utformingen og virkningene av regionalpolitiske tiltak?»

Kvantitativ forskningsmetode basert på deskriptiv statistikk har blitt brukt for å sammen med tidligere litteratur og teori svare på vår problemstilling. Våre funn i den deskriptive delen har vi presentert i form av tall, kurver/diagrammer og kart. Vi har også utført regresjonsanalyser.

Oppgaven konkluderer med at det er forskjeller i arbeidsledighet når vi ser på et regionalt nivå, og at behovet for å justere nivået på samlet etterspørsel varierer mellom regionene. Det konkluderes med at behovet for regionalisert finanspolitikk er tilstede. Hovedkonklusjonen er at det vil være en fordel å utforme finanspolitiske tiltak for et helt arbeidsmarkedsområde, fremfor kun enkeltkommuner med høy registrert arbeidsledighet. Denne konklusjonen er basert på en målsetning om en balansert økonomisk utvikling mellom sentrale og mer perifere deler av ulike arbeidsmarkedsområder.





Valg av selskapsform.

Enkeltpersonforetak eller aksjeselskap?

Jasmina Byrknes, Rosella Endresen, Bente Erland og Vibeke Vea

One of the first decisions entrepreneurs need to make when putting up businesses is what company form to register. This research seeks to determine the choice of company form that is commonly used in Norway: proprietorship or small corporation that have the following criteria: Profit is less than 5 million NOK annually, total asset is less than 20 million NOK and the average number of employees does not exceed 5 persons. The areas we are taking into consideration are: risk, capital, sick leave pay, unemployment pay, pension and tax.

We have chosen to use qualitative and quantitative approach in our research. This kind of method is called methodological triangulation. It is the combination of multiple methods to gather data. This method will strengthen and allow us to write a better research paper because it will increase the validity and understanding of the phenomena.

Quantitative approach was conducted through survey questionnaire. The questionnaire is semi-structured, a combination of multiple-choice answers and a blank space where they can write the answer. We used Bisnode.no to get information concerning informants. Survey questionnaires were sent to 400 representatives using stratified sampling method. The questionnaires were sent through Google Doc. Results showed that majority of the respondents were from corporation. Furthermore, it also showed that risk and capital are the two influential factors when choosing company form.

Qualitative approach was done through interview. We have interviewed selected accountants and auditors to get our primary source of information. Results from the interview showed that although tax is a major topic for entrepreneurs, they consider risk and capital as the most significant factors when choosing company form.

The result of the surveys and interviews we conducted revealed that both risk and capital play important roles when deciding which company form to choose.





Omstilling i Kystverket:

Vurdering av muligheter og begrensninger hos ansatte

Irina Eidesvik og Ida Høie

I vår oppgave «Omstilling i Kystverket: vurdering av muligheter og begrensninger hos ansatte», kartlegger vi hvordan ansatte i Kystverket region Vest ser på muligheter og begrensninger etter organisatorisk endring fra hierarkisk til flat struktur som ble gjennomført i starten av 2016.

Vi presenterer blant annet teori om hierarkisk og flat struktur, endringsprosess og makt, som vi ser på som relevant for vår problemstilling. Vi bruker både kvantitativ og kvalitativ metode i form av henholdsvis spørreundersøkelse og fokusgruppesamtale som ble gjennomført med ansatte i Kystverket som var berørt av organisasjonsendringen.

Vi undersøker problemstillinger og finner løsninger som er relevant for ansatte ved Kystverket region Vest. Våre funn viser at ansatte stort sett ser gode utviklingsmuligheter etter omorganisering, men det er flere som savner faglig styring og ser dette som en begrensning for organisasjonen over tid. Organisasjonsendringen ser ut til å fungere bra i en organisasjon med så høy kompetanse som Kystverket, men det finnes fremdeles rom for forbedringer. Vi legger stor vekt på anonymitet i oppgaven. Vår analyse og konklusjon er bygget på funnene vi har gjort i samsvar med teoriene vi legger frem i teorikapittelet.





Motivasjon på arbeidsplassen

Thea Storesund og Karina Helle Hansen

Temaet for denne bacheloroppgaven er motivasjonsfaktorer på arbeidsplassen. I dagens konkurrerende marked kan det å skape arbeidsplasser som tiltrekker og beholder gode ansatte være avgjørende for å skape en ledende bedrift. Hensikten med denne oppgaven er å finne ut om det kan trekkes en sammenheng mellom hva lederne anser som gode motivasjonsfaktorer og hva de ansatte synes.

Vi har gjennomført en kvalitativ og en kvantitativ studie i samarbeid med bedriften Appex. Dette er to dybdeintervjuer samt en spørreundersøkelse. I oppgaven har vi lagt til grunn to motivasjonsteorier. Den ene er en av de grunnleggende motivasjonsteoriene som handler om hvilke faktorer som skaper trivsel og mistrivsel på arbeidsplassen. Den andre teorien er nyere og handler om autonomi i arbeidet.

Vi vil presentere metode, metodebruk og framgangsmåte for intervjuene og spørreundersøkelsen. Da vi har valgt å anvende både kvantitativ og kvalitativ metode vil disse bli presentert sammen i analysedelen. Innsamlet data vil bli bearbeidet og delt inn i følgende hovedtemaer:

- Dialog mellom ledelsen og ansatte
- Motivasjonsfaktorer
- Tillit og selvbestemmelse
- Tilhørighet og sosiale relasjoner

Avslutningsvis i oppgaven vil vi presentere drøfting samt konklusjon av funnene våre. Appex er et voksende kreativt teknologifirma hvor ledelsen har mye fokus på et motiverende arbeidsmiljø. De anvender belønningssystemer, tilbakemelding, kompetanseutvikling og lignende for å motivere sine ansatte. Vi fant noen uoverensstemmelser hvor de ansatte var mer nøytrale til bonusordninger enn hva ledelsen uttrykte. Samsvaret i motivasjonsfaktorer mellom ledelse og ansatte i denne bedriften er svært god.





Kvalitativt studium om risikostyring i Rogaland etter oljekrisen 2014

Hans Jørgen Hemmingstad og Torgeir Havikbotn Hiller

Denne oppgaven har som hensikt å belyse hvordan ulike selskaper tilknyttet oljebransjen håndterer sin finansielle risiko i etterkant av oljekrisen i 2014. Dette har vi undersøkt ved hjelp av en kvalitativ tilnærming, i form av intervjuer med tre ulike selskaper som er knyttet til oljevirksomheten. Vi har tatt utgangspunkt i følgende risikofaktorer: råvarepriserisiko, valutarisiko, renterisiko, kredittrisiko og kontraktsrisiko, og undersøkt i hvilken grad selskapene er eksponert for disse ulike risikoene. Deretter har vi undersøkt hvordan de håndterer de ulike risikofaktorene, med fokus på risikostyring ved bruk av finansielle instrumenter, og hvordan de eventuelt velger å benytte seg av dette.

Gjennom våre intervjuer og to av selskapenes årsrapporter har vi konkludert med at samtlige selskaper er eksponert for finansiell risiko, men i ulik grad. Vi ser også at bruk av derivater som sikringsstrategi ikke er vanlig for underleverandørene. Dette kan ha en sammenheng med mangel på kompetanse, tid til disposisjon og erfaring ved bruk av finansielle instrumenter. Anvendelse av naturlig sikring er en enklere sikringsmetode som blir hyppig brukt.

Vi opplever at risikobildet i dag er blitt endret for mange selskaper etter at oljekrisen inntraff. Underleverandører blir i større grad eksponert for finansiell risiko enn før. Dette tvinger dem til å påta seg mer risiko enn tidligere, ettersom nedgangstidene har ført til et presset marked.

Etter krisen i oljebransjen har det blitt rettet et større fokus på finansielle risikofaktorer. Også internasjonale miljøpolitiske vedtak vil spille en vesentlig større rolle fremover, og det ville vært interessant med videre forskning innenfor denne utviklingen. Vi håper funnene våre kan være til hjelp med videre forskning, muligens gjennom et større utvalg informanter.





Motivasjon til frivillig deltaking i Røde Kors

Eirik-Sondre Husby

Det har blitt forska mykje på friviljugheit i Norge og den frivillige sektoren er ein viktig del av det norske velferdssamfunnet. Det sivile fellesskapet er med på å sosialisere oss til eit liv i det norske samfunn, samstundes som det har ein viktig funksjon som organisator for ulike interesser. I tillegg har dei frivillige organisasjonane på mange områder ei sentral rolle i implementeringa av offentleg politikk.

I lys av den stadig aukande turiststraumen til Odda Kommune og Trolltunga, og den påfølgande auka i redningsaksjonar, ynskte eg å finne ut kva som motiverer medlemmene i dei lokale Røde Kors-laga til å delta som frivillige. Tradisjonell økonomisk teori legg til grunn at menneske er sjølvcentrert av natur og at me vil handle ut i frå kva som er best for oss sjølve. Difor har eg sett på kva for nokre motivasjonsfaktorar som gjere at dei frivillige legg ned den innsatsen dei gjere - ubetalt og til fellesskapets beste.

I denne oppgåva har eg valt ei kvantitativ tilnærming i form av ei spørjeundersøking. Denne undersøkinga vart sendt ut til alle dei aktive medlemmene ved dei tre Røde Kors-laga i Odda Kommune; Odda, Tyssedal og Røldal Røde Kors. Datamaterialet som vart samla inn i denne undersøkinga har så blitt tolka og analysert opp mot min valte teori.

Resultata av undersøkinga viser at medlemmene vert motivert av det å være ein del av ei sosial gruppe. Her får dei sjansen til å byggje eit større sosialt nettverk, få nye vener og føle seg meir tydingsfulle, samstundes som sjølvstilliten deira aukar. I tillegg syner resultata at dei frivillige motiverast av å tileigne seg nye erfaringar og kunnskap gjennom praktisk erfaring. Undersøkinga viser også at dei frivillige føler stor tilhøyrse til Røde Kors organisasjonen.





Forvaltning innen kommunale pensjonskasser

En analyse av 10 kommunale pensjonskasser i Norge

Kristoffer Nyhage, René Rødde Bracci, Olson og Tuong-Vi Pham

This paper focuses on some of the largest municipal pension funds in Norway. We have looked at how municipal pension funds choose to manage their capital, and if risky investments pay off in the form of higher value-adjusted return II. Fall of 2016, The Financial Supervisory Authority of Norway suggested a new proposal for an absolute capital requirement for pension funds. The proposal has created a major debate between Pension Fund Association, The Financial Supervisory Authority of Norway and the finance industry in general. The debate is focussed on whether the capital requirements should be adjusted to ensure the solvency of the pension funds, or whether the new capital requirement will lead to a lower return on investments for the pension funds and higher costs for employers. Based on the research, we formulated a hypothesis that the proportion invested in equities influences the value-adjusted return II to the municipal pension funds. From the hypothesis, we defined the issue: "How does the proportion invested in equities affect the value-adjusted return II to the municipal pension funds?". In order to answer the problem, we have chosen to use both quantitative- and qualitative methods.

Our results indicate that the proportion invested in equities, does not affect value-adjusted return II to the same extent as we first assumed. We have seen that the pension funds manage their portfolio similarly with the largest proportion being invested in less risky assets such as bonds. Furthermore, we found that there were only some of the municipal pension funds that managed to beat the market indices with active strategy. However, since active strategy is cost-driven and its higher administrative cost must be considered, the strategy will not pay off to the same extent.





Velferdsteknologi

Bedre omsorg for flere?

Ingrid Oanes og Rune Hemnes

I denne oppgaven ser vi på hjemmetjenestens nåværende og fremtidige utfordringer og i hvilken grad ny velferdsteknologi kan forventes å bidra til å løse de utfordringer organisasjonen står foran. Rekrutterings- og bemanningsproblemer kombinert med høyt sykefravær og høy turnover trekkes frem som de utfordringene som er mest fremtredende i dag, mens en stadig høyere andel eldre og pleietrengende i befolkningen trekkes frem som en stor utfordring i årene som kommer.

Gjennom en dokumentstudie av ulike studier, rapporter og artikler danner vi oss et bilde av hjemmetjenestens situasjon og utfordringer, og sammenholder dette med de muligheter en forventer og faktiske erfaringer som er gjort med bruk av velferdsteknologi så langt.

Våre funn peker mot at velferdsteknologien i stadig større grad vil kunne forventes å bidra positivt til å løse de fremtidige utfordringene i hjemmetjenesten. Likevel forutsetter dette at hjemmetjenestens organisasjon tilpasses bedre for å kunne håndtere nødvendige endringer og innovasjoner som er påkrevd av en fremtidsrettet og dynamisk organisasjon. Dette må til for å kunne dra full nytte av de potensielle gevinstene som ligger i velferdsteknologien. Vi forsøkt å identifisere de eventuelle mekanismer og sammenhenger som virker mellom de ulike sidene av hjemmetjenestens nåværende og fremtidige utfordringer, og på den måten prøve å løfte blikket og se helheten i situasjonen. Samtidig noterer vi oss at en slik eventuell utvikling av organisasjonen mest sannsynlig også vil kunne bidra positivt til å bedre de utfordringene en allerede i dag har i forhold til rekruttering, bemanning, sykefravær og turnover.

Håpet er at vi gjennom denne oppgaven kan trekke frem hovedtrekkene i ulike kommuners gode og mindre gode erfaringer, slik at dette kan være til hjelp når en skal stake ut kursen for hjemmetjenesten i årene fremover.





How microfinance can change the life of underprivileged women in developing countries.

Morten Andre Wenneck og Maya Tiwari

Today, we are facing many problems. We might think that terrorist attacks are the worst problem at the moment, since we hear a lot about them in the news. But the truth is, that a terrorist attack happens only now and then and kills only a few people. In 2015, 28328 people were killed in terrorist attacks all over the world (Jones, 2016), while deaths caused by malnutrition is estimated to be 21000 every single day (Lombardo, 2017). This means that on average, there is one person that dies every 4 seconds. A great majority of these deaths are typically children. One of the most common reasons why people die from malnutrition, is poverty. If a mother is malnourished, she is more likely to give birth to underweight babies. Underweight babies are 20 percent more likely to die before the age of five. (World food program, 2017) This is just one of the reasons why it is important to find a way to eradicate poverty among women.

We used the multiplier from the simple Keynes model to explain how microfinance can have an impact on a small village and the wheel of navigation was used to explain the ethics around microfinance. The information we were looking for in our questionnaire was estimates for how many microfinance clients the banks have, gender distribution on the loans, repayment rates for men and women, average loan size and if the microfinance market was an attractive market for their institution. When you are reading this, you have to take into account that some of these numbers are estimates and not 100% accurate. This is because we want to create a general understanding for how the microfinance market is today.

For the questionnaires we tried to be as personal as we could be, and that was by calling each microfinance institution and ask if we could send them a questionnaire instead of just instantly mailing it to them. This was to increase our chances of getting any answers at all. We called a total of 14 different Microfinance institutions, banks, associations and funders. There were some problems on getting answers back, but we managed to get 3 replies on our questionnaire and one of them sent us their annual report for 2016. We had to gather the rest of the information ourself by visiting their websites. Sometimes this was very hard and confusing because of the amount of information they had, and sometimes it was hard to understand what kind of information that was given. For example, while reading the annual reports for banks in India and Bangladesh, some of them used Crore and Lakh's, while others used millions and USD as their main Currency and way of writing large numbers.

A lot of the information we found in the beginning went to waste because it was too much to process. We quickly realized that we had to limit the number of countries and MFI's that we would focus on. We were planning on having a few more countries and interviewing many more MFI's. One of the problems that occurred was that some of the MFI's we talked to on the phone that said yes to answer our questionnaire, never did. One of them said that the only way they would give us information was to meet them face to face in their institution in Bangladesh. This would be impossible with the current deadline for the given project. Fortunately for us, many of the MFI's have their annual report open for the public on their websites.





Hvordan er kvaliteten på samfunnsrapportene til bedrifter notert på den norske børs?

En sammenligning av kvalitet mellom ulike sektorer

Helene Mørch Yrkje og Maria Naustdal

Formålet med denne studien er å analysere kvaliteten av den ikke-finansielle informasjonen i årsrapportene til bedrifter notert på den norske børs. Vi vil vurdere den helhetlige kvaliteten av de utvalgte bedriftenes CSR-rapporter. I tillegg til dette, ønsker vi også å finne ut hvorvidt det er signifikante forskjeller i CSR-rapportering mellom utvalgte sektorer. Kvaliteten av den rapporterte informasjonen blir i hovedsak analysert fra interessentenes perspektiv, ved bruk av CONI-metoden. Dette er en metode for å analysere innhold, spesifikt utviklet for analyse av samfunnsrapportering. Ved å måle informasjonsmangfold, -innhold og -volum, bruker CONI-metoden flere innfallsvinkler til kvalitativ måling, og er derfor et svært egnet analyseverktøy for denne studien. CSR-rapportenes kvalitet vil bli målt innen fire ulike sektorer; to sektorer som anses å ha problemer innen forurensning og utslipp (olje- og gassutvinning og industri), og to sektorer som ikke regnes som å ha miljøutfordringer (IT og finans). Vi vil også utføre en spørreundersøkelse om CSR-rapportering, for å finne flere nyanser av holdninger til CSR-rapportering, og på denne måten forsøke å finne en dypere mening bak funnene i dokumentanalysen. Dette spørreskjemaet har blitt utstedt til alle de analyserte bedriftene i denne studien. Ved hjelp av spørreskjemaet håper vi å få et bedre bilde på CSR-rapporteringen fra bedriftenes eget synspunkt. Funnene fra både dokumentanalysen og spørreundersøkelsen er analysert kvantitativt. Resultatene fra CSR-rapportanalysen blir først presentert sektor for sektor, og deretter blir den helhetlige kvaliteten av CSR-rapportene evaluert. Relevans og funn fra spørreundersøkelsen blir vurdert for å belyse mulige motivasjonsårsaker og problemer i bedrifters CSR-rapporter. Til slutt vil resultatene fra CSR-rapportanalysen og spørreundersøkelsen bli drøftet og evaluert, og kritikk av ulike komponenter av denne oppgaven vil bli presentert.





Oppdrettsbransjens praksis av IAS 41

Hege Berge, Christine Marie Lie Hunsbedt, Astri Håkull og Turid Helen Nordvik

I denne oppgaven har vi sett på hvordan oppdrettsbransjen anvender IAS 41 i sin verdivurdering av biologiske eiendeler. Regnskapsrapportering etter IFRS krever vurdering til virkelig verdi. IFRS 13 sier hvordan virkelig verdi skal vurderes. Formålet vårt med denne oppgaven var å sammenligne om de ulike oppdrettsselskap på Oslo Børs har en sammenfallende praksis.

Problemstillingen vår ble som følger:

- Er den norske laksebransjens praksis av IAS 41 sammenlignbar?
- Har det skjedd en endring over tid?

For å besvare problemstillingen vår har vi gjort et dokumentstudie av årsrapportene til seks børsnoterte oppdrettsselskap, samt intervju med både en regnskapsprodusent og en regnskapsbruker.

Vår analyse viste i første del av problemstillingen, at den var stort sett sammenlignbar. I andre del som omhandler årene 2004 til 2015, ser vi en trøblete overgang fra GRS til IFRS. Her ble det praktisert historisk kost og virkelig verdi om hverandre de første årene. Det var først i 2006 da det kom ett vedtak fra Finanstilsynet å føre biomasse til virkelig verdi, at de begynte å innrette seg etter dette. De påfølgende år har vi sett en gradvis forbedring av informasjon som omhandler IAS 41 som blir gitt i årsrapportene, men det blir fortsatt ikke vist noen form for beregninger og hvilke faktorer de legger til grunn i modellen for virkelig verdijustering. Totalt sett ser vi en positiv utvikling mot slutten av perioden.

Det kom også fram fra det ene intervjuet at det jobbes mot en felles modell for verdijustering, dette vil fortsette å øke sammenligningsgrunnlaget.



Integrering av flyktninger gjennom en frivillig organisasjon

Tarik Hasnaoui, Tonje Stautland og Svanhild Aslaug Elena Hansen-Ureta

Vi har i denne oppgaven fordypet oss i Forandringshuset og deres arbeid med integrering av flyktninger. Huset er et pilotprosjekt i regi av KFUK-KFUM som retter fokus på integrering gjennom forskjellige aktiviteter. Vi ønsket å undersøke om en frivillig organisasjon kan være med på å hjelpe flyktninger til å integreres i samfunnet. Samtidig ønsket vi å finne ut om faktorer som frivillighet, sosialisering og kommunikasjon kan være med på å gjøre prosessen enklere for flyktninger. Disse spørsmålene ledet oss til problemstillingen: "Hvilken påvirkning har en frivillig organisasjon på integrering av flyktninger?" Dette er et aktuelt tema, da Europa i 2015 opplevde en kraftig flyktningstrøm.

Vi valgte å gjennomføre intervjuer og observasjoner for å samle inn nødvendig informasjon til oppgaven. På grunn av jevnlig kontakt med Forandringshuset, resulterte dette i tilstrekkelig med data. Med utgangspunkt dataen vi har samlet inn og teorien, kom vi frem til at de frivillige spiller en viktig rolle i flyktnings integreringsprosess. Huset bidrar også til at flyktninger har et sted hvor de kan danne seg nettverk, samt en plass hvor de kan få praktisert det norske språket.

Selv om vi kom frem til at den frivillige organisasjonen har en påvirkning på flyktnings integrering, står de ikke alene i denne prosessen.





Innførselsmerverdiavgift

- Overføring av forvaltningsoppgaver fra Toll- og avgiftsetaten til Skatteetaten

Lisbeth Særsten Alvsaker, Ine Cecilie B. Seljestad og Iris Hellem

Fra 1. januar 2017 ble forvaltningsoppgavene innenfor innførselsmerverdiavgift overført fra Toll- og avgiftsetaten til Skatteetaten. Dette medførte at arbeid med beregning og betaling av innførselsmerverdiavgift ble overført til den avgiftspliktige, samtidig som Skatteetaten fikk ansvaret for innkreving og kontroll.

Vi har i den første delen av oppgaven gått igjennom hvordan forvaltningen av innførselsmerverdiavgift var tidligere og hvilke endringer som er gjort. I tillegg har vi redegjort for relevant teori knyttet til merverdiavgift og likviditet. I hoveddelen av oppgaven har vi snakket med forskjellige aktører som Skatteetaten, systemutviklere, regnskapsførere og bedrifter. Vi har fått deres tilbakemeldinger på hvordan endringen har påvirket dem og om det har vært eventuelle konsekvenser.

Basert på samtalene med aktørene, med påfølgende drøfting, fant vi ut at endringen vil kunne være en forenkling på lang sikt. Videre kom det frem at det vil være en likviditetsmessig fordel for næringsdrivende, med en påfølgende likviditetsmessig ulempe for staten. Siden endringen nylig er innført, opplevde vi å finne lite informasjon knyttet opp mot hvilke effekter endringen har hatt i forhold til svindel. Forslag til økt fokus på svindel antas å kunne bidra til redusert sannsynlighet for svindel.





Eigedomsmekling
2014 - 2017



Reiselivsleiing
2014 - 2017



Økonomi og administrasjon
2014 - 2017



Bachelorkandidatar ved
Institutt for økonomi og
administrasjon 2017



Økonomi og jus
2014 - 2017





Hva kjennetegner turistene som kommer til Luster på sensommeren?

Alea Møbius og Johanne Heien

Denne bacheloroppgaven handler om hva som kjennetegner turistene på destinasjonen Luster. Kommunen har lenge vært kjent for å være et område en kan oppleve vakker natur med fjell og fjorder. Turistene som kommer hit spiller en viktig rolle for verdiskaping, utvikling og ivaretaking av arbeidsplasser. Det er naturen som er destinasjonens hovedattraksjon, men vi ønsker i tillegg å undersøke nærmere andre om det er flere ting som trekker turistene hit eller som de savner på sin reise her. Med utgangspunkt i teori om naturbasert turisme, naturbaserte aktiviteter og naturbaserte turister skal vi i denne besvarelsen studere turistene som kommer hit nærmere. Ved å få svar på våre fire underspørsmål vil vi lettere kunne svare på forskningsspørsmålet vårt om hva som kjennetegner turistene som kommer til Luster på sensommeren;

- «Hva er de demografiske kjennetegnene ved turistene i Luster»?
- «Hvilke aktiviteter ønsker turistene i Luster å delta i når de er her»?
- «Hva motiverer turistene til å velge å delta i kommersielle naturbaserte aktiviteter»?
- «Hva mener turistene om Lusters mangfold av tilbud innenfor reiselivet og kommersielle naturbaserte aktiviteter»?

Forskningsspørsmålet og underspørsmålene besvares med en kvantitativ tilnærming. Vi har samlet inn data i form av en spørreundersøkelse, hvor vi fikk svar fra 91 respondenter. I tillegg til primærdataba har vi også lagt stor vekt på sekundærdataba rundt temaene. Med svarene fra spørreundersøkelsen kan vi presentere et utvalg av turister i Luster; demografiske variabler, preferanser til aktiviteter på reisen deres, hva motivasjonen deres er for å delta i kommersielle naturbaserte aktiviteter og deres oppfatning av Luster som reiselivsdestinasjon.



Medlemsbedrifiers oppfatning av merkevaren FjordKysten, sett i lys av Visit FjordKystens posisjoneringsstrategi

Siri L. Stavang

I denne oppgaven har jeg hatt til hensikt å undersøke hvordan Visit FjordKysten sine medlemsbedrifter tenker rundt merkevaren FjordKysten og dens posisjonering, sett i lys av ledelsens posisjoneringsstrategi. Problemstilling er som følger: Hvilke kunnskaper og assosiasjoner har medlemsbedrifter i Visit FjordKysten til merkevaren FjordKysten og dens posisjon? Og samsvarer dette med destinasjonsselskapets posisjoneringsstrategi?

Da problemstillingen er eksplorerende, det vil si jeg ønsket å gå i dybden for å finne svar på problemstillingen, og jeg ønsket se sammenhenger og helhet, benyttet jeg meg av intensivt forskningsdesign. Jeg gjennomførte seks strukturerte dybdeintervju med ledere av overnattings og/eller aktivitetsbedrifter fra ulike medlemsbedrifter langs FjordKysten.

Jeg intervjuet 6 ledere av medlemsbedrifter i FjordKysten og det var interessant å se deres perspektiv og kunnskaper om merkevaren FjordKysten. Jeg foretok en sammenligning av data jeg hentet inn, opp mot relevant faglitteratur. Det var mange likheter med hvordan litteraturen trekker frem det å ha en merkevarestrategi og gjøre ansatte i bedriften eller organisasjonen kjent med denne for å lykkes med sin merkevarebygging og posisjonering.

Spørsmålene i undersøkelse var basert på teori om merkevarebygging, med fokus på områdene om merkekjennskap og merkeassosiasjoner, og områdene posisjonering og differensiering, samt jeg så på trestegsprosessen som Samuelsen et al. (2010, 228) mener må til for å skape en god merkeposisjon. I tillegg vil forholdene rundt intern merkevarebygging diskuteres i oppgaven.

Hovedfunnene i analysen indikerer at respondentene har en klar oppfatning av at opplevelsene Øyhopping, Kajakk, Stormturisme og Vandring er sentrale satsingsområder for FjordKysten. På samme tid er det mye som indikerer at kunnskapene om merkevaren og hva den bygges på, er mangelfull hos medlemsbedriftene. Visit FjordKysten har nok et stykke vei igjen å gå før FjordKysten er en strek merkevare internt hos medlemsbedrifter i FjordKysten, og det er viktig for Visit FjordKysten å etablere en klar strategi for å bygge en sterk merkevare der de får med seg medlemsbedriftene sine med på laget.





Hvilke faktorer i boligmarkedet kan forklare avvikene mellom prisantydning og salgspris?

Elin Westerby, Mathias Kynningsrud og Mats Simonsen Jahn

I boligmarkedet har det i de siste årene vært en markant økning i avvik mellom prisantydning og salgspris på landsbasis. Media har stadig nye overskrifter knyttet til slike avvik.

Megler som prissetter trekkes ofte frem som syndebukken, spesielt i forbindelse med at meglere skryter av boliger som selges over prisantydning i sosiale medier. I denne oppgaven ønsker vi å se på grunner til at det oppstår avvik mellom prisantydning og salgspris.

Problemstillingen vår er: "Hvilke faktorer i boligmarkedet kan forklare avvikene mellom prisantydning og salgspris?". Vi har undersøkt boligprisene og avvikene i Oslo, Bergen og Stavanger med utgangspunkt i ulike faktorer vi har funnet frem til gjennom vårt teorigrunnlag og intervjuene vi har gjennomført.

Vårt teoretiske grunnlag er sekundærkilder som tidligere masteroppgave, undersøkelser, lærebøker, rapporter, artikler, samt lover og forskrifter. Triangulær metode er brukt, der vi kombinerer kvalitativ og kvantitativ metode. Vi gjennomførte de fleste av intervjuene i Oslo, resten ble gjennomført over telefon og Skype.

Vi mener våre funn er oppsiktsvekkende fordi resultatet vi kom frem til ikke var som vi forventet. Faktorer som er "kjent" for å påvirke boligpriser og avvik viste seg å ikke være så signifikante som vi hadde trodd. Det tas høyde for visse mangler i noen av datagrunnlagene, men vi anser våre funn som gyldige og interessante.



Festivalers påvirkning på lokalsamfunn. – En kvantitativ studie av festivalen Jordeplerock

Anna Borge Solberg og Line Dyrud

Oppgaven tar utgangspunkt i den økende trenden med å arrangere festivaler. Hensikten med denne studien er å se på hvordan festivalen Jordeplerock påvirker lokalsamfunnet positivt og negativt. Litteratursøket avdekket at det ikke eksisterte tidligere forskning på dette arrangementet og derfor vil denne forskningen tilføre ny kunnskap om fenomenet. For å få en dypere forståelse av effektene et slikt arrangement generer for lokalsamfunnet har vi sett nærmere på ulike sosio-økonomiske dimensjoner. Følgende forskningsspørsmål skal besvares gjennom oppgaven:

Hvordan opplever festivaldeltakerne ved Jordeplerock at festivalen påvirker Lærdal?

For å besvare problemstillingen ble det foretatt flere avgrensinger basert på geografi, kapasitet, tid og generalisering. På bakgrunn av dette ble det utarbeidet et spørreskjema basert på tidligere litteratur av Gursoy, Kim, & Uysal (2004) som retter seg mot festivalarrangører. Vår undersøkelse bygger på et utvalg av til sammen 305 festivaldeltakere som besvarte ulike spørsmål om i hvor stor grad de mener at Jordeplerock bidrar til lokal tilhørighet, sosiale fordeler, økonomiske fordeler og sosiale kostnader.

Det ble gjennomført en analyse av den innsamlede dataen gjennom frekvenstabeller på bakgrunnsvariablene og korrelasjonsanalyse for å teste samvariasjon. Påfølgende ble det analysert hvordan festivaldeltakere i Lærdal stiller seg til Jordeplerocks påvirkning på lokalsamfunnet. Deretter ble det fortatt en sammenligning mellom våre data og data innhentet fra forskning i teorien.

Funnene fra vår analyse antyder at festivaldeltakerne ved Jordeplerock mener at festivalen forbedrer lokalsamfunnet og bidrar til samhold blant innbyggerne i Lærdal. De positive effektene på lokalsamfunnet når det gjelder lokal tilhørighet, økonomiske fordeler og sosiale fordeler overskygger de sosiale kostnadene ved arrangementet.





Kundelojalitet i dagligvarebransjen

Miriam Høyheim Læg Reid og Lena Selland

I dag er det sterk konkurranse i dagligvarebransjen, noe som fører til at butikkene er avhengig av lojale kunder. Hensikten med denne bacheloroppgaven er å svare på problemstillingen “hvilke faktorer påvirker kundelojalitet i dagligvarebransjen?”.

Med utgangspunkt i tidligere studier og relevant litteratur ble ni ulike faktorer identifisert; kundetilfredshet, pris, produktkvalitet, produktutvalg, beliggenhet og parkering, lojalitetsprogram, butikkjedenes egne merkevarer, service og byttekostnader. En korrelasjonsanalyse kartla hvilke faktorer som videre skulle analyseres i en regresjonsanalyse. Regresjonsanalysen identifiserte hvilke faktorer som påvirket kundelojaliteten i dagligvarebransjen. Til slutt ble det utført en reliabilitetstest for å se hvor pålitelige spørsmålene var, noe som avdekket påliteligheten av resultatene. Resultatene ble sammenlignet med teorien og funnene drøftet.

Faktorene ble undersøkt gjennom en spørreundersøkelse som bestod av 38 spørsmål hentet fra ulike forskningsartikler på fagområdet. Undersøkelsen ble delt på ulike Facebook-sider, og det ble spurt 75 respondenter utenfor hver av de aktuelle butikkene Meny, Rema 1000 og Extra i Sogndal. Totalt 632 respondenter besvarte undersøkelsen.

Undersøkelsen viser at den suverent viktigste faktoren for kundelojalitet i dagligvarebransjen er kundetilfredshet. Respondentene i undersøkelsen har mange tilgjengelige butikker i nærområdet, og de benytter den butikken de er mest tilfreds med og som dekker deres behov best. Faktorene lojalitetsprogram, pris og byttekostnad hadde også en påvirkning. Årsaken til at pris og lojalitetsprogram hadde en signifikant sammenheng kan forklares ved at majoriteten av respondentene er i en ung aldersgruppe og dermed gjerne i en begrenset økonomisk situasjon. Byttekostnader er også en faktor som påvirker kundelojaliteten. Dette kan komme av at respondentene i dag har dårlig tid og ønsker å gjennomføre handleturen så raskt som mulig i en butikk de kjenner. I tillegg er vi vanedyr som liker å kjøpe de samme merkevarene. Analysene belyste også fem faktorer som ikke hadde noen klar sammenheng med kunde- lojalitet; beliggenhet og parkering, service, produktutvalg, produktkvalitet og butikkjedenes egne merkevarer.



Hvordan påvirker sosiale medier kunden under kjøpsprosessen? – En saksstudie om TripAdvisor

Sjur-Magnus Gundersen Aaboen og Birthe Emilie Søvikhagen Røkke

Formålet med denne studien er å få en bedre forståelse av hvordan forbrukerne blir påvirket av sosiale medier under kjøperens beslutningsprosess. Denne studien forklarer og beskriver hvordan forbrukere blir påvirket sosiale medier, samt hvor i prosessen dette forekommer mest. Videre undersøkes hvilken innflytelse negativ og positiv eWOM har på forbrukere og i hvilken grad forbrukerne stoler på eWOM. Derfor ble det gjort en saksstudie om TripAdvisor. Det ble gjennomført semistrukturerte intervjuer med syv respondenter.

Hovedkonklusjonen i denne studien viser at forbrukerne er mest påvirket av negativ eWOM og dette forekommer oftest under deres informasjonssøk og evaluering av alternativer.

Forbrukere stoler mer på eWOM enn markedsføring fra bedrifter og om kunden er i tvil stoler de på at hva flertallet skriver er troverdig.





Hvilke faktorer har bidratt til de økte boligprisene i Sogndal og hvor stor påvirkning har det høye antallet studenter hatt?

Marius Sander Ødegaard, Heidi Kleppe Fugleberg og Eirik Nordsveen

Sogndal har de siste årene opplevd en betydelig økning i boligprisene. Til tross for et innbyggertall på omtrent 7900, har Sogndal sine boligpriser vært på nivå med populære storbyer som Oslo og Bergen. Kvadratmeterprisen i Sogndal ligger på omtrent samme nivå som i Bergen, og det er faktisk høyere enn flere bydeler i Oslo. I oppgaven undersøker vi hva som er bakgrunnen for de høye boligprisene i Sogndal med problemstillingen; "Hvilke faktorer har bidratt til de økte boligprisene i Sogndal og hvor stor påvirkning har det høye antallet studenter hatt?"

I oppgaven sammenligner vi situasjonen i Sogndal med boligmarkedet i Norge generelt, og med Bø kommune som i likhet med Sogndal er et lite tettsted hvor studentene utgjør en stor andel av befolkningen.

For å belyse problemstillingen har vi gjennomført en spørreundersøkelse blant studentene ved Høgskulen på Vestlandet, Campus Sogndal. Vi fikk totalt 511 respondenter. Grunnen til at vi valgte studentene som målgruppe var fordi vi ønsket å få opplysninger om leiemarkedet blant dem, og dermed se sammenhengen mellom leiemarkedet og eiermarkedet i Sogndal.

Undersøkelsen inneholdt totalt ni spørsmål med faste svaralternativer. Her ønsket vi å finne ut av hvor mye studentene betaler i leie, hvor stor andel som leier bolig, har kjøpt bolig eller bor hjemme. Og i tillegg om studentene leier via Studentsamskipnaden på Vestlandet eller privat. Resultatene er satt inn i en frekvenstabell. Undersøkelsen baserer seg på et utvalg fra en populasjon, derfor kan det oppstå usikkerhet blant funnene. Funnene fra undersøkelsen viser at 92 % av utvalget leier bolig, at månedsleien i gjennomsnitt ligger på rundt 4500 kr, og de fleste leier på det private leiemarkedet.

Videre gjennomførte vi intervjuer av ulike ressurspersoner i Sogndal, deriblant en utbygger og utleier, en banksjef, to eiendomsmeglere og en ansatt i Sogndal kommune. Resultatet etter våre undersøkelser viser at det er flere faktorer som bidrar til å forklare de høye bolig- og leieprisene i Sogndal. De viktigste er arbeidsledigheten, antall igangsatte boliger, sysselsettingen og tallet på studenter. Den lave arbeidsledigheten i Sogndal fører til økt kjøpekraft hos befolkningen som bidrar til økt etterspørsel på boligmarkedet, noe som igjen presser boligprisene oppover. Det ser også ut til at antallet igangsatte boliger har vært for lavt i forhold til den høye etterspørselen. Sogndal har også et stort studentmiljø og hele 27 % av den folkeregistrerte befolkningen er studenter. Ved å se på tidligere forskning på samme område har vi også sett om våre funn kan sammenlignes med de utvalgte artiklene. Flere av forskningsartiklene tar for seg de samme faktorene som de mener påvirker boligprisene. Faktorene som går igjen er nybygging, arbeidsledighet, rente og husholdningenes inntekter. Dette stemmer godt overens med vår forskning hvor vi ser at disse faktorene også har hatt stor påvirkning på utviklingen i Sogndal.



Akvariet i Bergen – veien til suksess. En kvalitativ studie

Andrea Haugland Lunde og Cathrine Kversøy Stavenes

Hensikten med denne studien er å undersøke hvordan Akvariet i Bergen har oppnådd suksess som turistattraksjon. Gjennom denne problemstillingen skal vi ta for oss hvilke faktorer som skal til for å oppnå suksess og se på hvordan Akvariet har utviklet en sterk turistattraksjon.

Attraksjoner har en sentral plass i reiselivet og blir sett på som selve kjernen i turismen. Vi har ikke funnet noen tidligere studier om Akvariet i Bergen og hvordan de har utviklet attraksjonen til det den er i dag.

I studien tok vi i bruk en kvalitativ metode for å svare på problemstillingen. For å legge grunnlag for den videre forskningen i oppgaven, samlet vi inn sekundærdata gjennom relevant teori om blant annet attraksjonsutvikling, trekk og trender og suksessfaktorer fra ulike bøker og artikler. Primærdataen ble samlet inn gjennom dybdeintervju med salgs- og markedssjef ved Akvariet i Bergen, dette for å se hva de mente kunne ha ført til deres suksess.

Resultatet viste at det var en sammenheng mellom de faktorene som teorien utpekte som grunnleggende for suksess, og de faktorene Akvariet i Bergen hadde lagt vekt på ved utviklingen av attraksjonen. Det kom også frem at Akvariet i tillegg har fokusert på noen andre faktorer enn de som er nevnt i teorien, som de mener kan ha bidratt til deres suksess som turistattraksjon.





Hvordan vil Vinjerocks unikhhet og bærekraft påvirke festivaldeltakernes opplevelser og evalueringer? – En kvantitativ studie om arrangementsutvikling

Renate Dahl Østborg og Karoline Dehli Johansson

Vår oppgave stiller spørsmål om fokus på bærekraft og unikhhet kan styrke tilfredsheten på en festival, og i vårt tilfelle, Vinjerock. Problemstillingen vår ble deretter som følger:

“Hvordan vil Vinjerocks unikhhet og bærekraft påvirke festivaldeltakernes opplevelser og evalueringer?”

Formålet med denne bacheloroppgaven er å identifisere hvordan disse faktorene kan være med på å skape en ekstraordinær opplevelse. Oppgaven setter også fokus på viktigheten av å konseptualisere arrangementsopplevelser, for å lettere kunne styrke arrangementer generelt. Vi har valgt å benytte oss av en kvantitativ metode for å nå ut til så mange deltakere av Vinjerock som mulig, da det er deltakernes opplevelse og evalueringer som er fokuset. Deretter benyttet vi oss av deskriptive analyser og en korrelasjonsanalyse for å skape variabler av svarene og se sammenhenger i responsen vi fikk. Våre funn viser at det er høy tilfredshet og at respondentene opplever Vinjerock som bærekraftig og unik. Korrelasjonsanalysen viser at det er en klar samvariasjon mellom flere variabler, noe som styrker antagelsen om at bærekraft og unikhhet har en klar påvirkning på festivaldeltakernes opplevelser og evalueringer. Vi vil derfor anbefale at festivaler strever etter å ha unike aspekter og drive en bærekraftig strategi. Det vil være viktig å ha fokus på bærekraft fordi det er en økende etterspørsel etter bærekraftige arrangement og det er viktig å ha unike aspekter for at arrangementet skal tre inn i langtidsminnet til deltakerne og være minneverdig, som igjen kan føre til økt omdømme og etterspørsel.



Er det lønsamt å byggje vasskraftverk i Skåsheimselvi?

Mathilde Mercedes Harlem og Eirik Bergum Skaasheim

I dette studiet har me vurdert lønsemda for eit potensielt vasskraftverk i Skåsheimselvi som ligg i Balestrand Kommune.

I studiet har me nytta kvalitativ metode, der me opparbeida oss naudsynt kunnskap og informasjon gjennom dokumentanalyse og personleg kommunikasjon. Til å vurdere lønsemda har me tatt i bruk kjend finansiell teori kombinert med relevant data henta frå kraftbransjen og offentlege instansar. Gjennom programmet Microsoft Excel har me satt opp modellar for utrekning av noverdi, internrente, følsemdsanalyse og eigenkapitalavkastning.

Me har vurdert lønsemda for tre ulike utbygging- og omsettingsalternativ. Alternativ 1 og 2 tar utgangspunkt i at grunneigarane ved elva byggjer ut vasskraftverket sjølve og omsett krafta høvesvis etter spotpris eller gjennom ein bilateral avtale. Alternativ 3 inneber at grunneigarane leiger ut fallrettane til ein totalleverandør som står for investeringa og drifta av anlegget.

Vasskraftverket har ein årleg estimert normalproduksjon på 4,36 GWh. Utbygging av anlegget er stipulert til å ha ein investeringskostnad på 22,9 MNOK. Med ein framtidig kraftpris på 28 øre/kWh er den endelege konklusjonen at prosjektet ikkje er lønsamt gjennom ein investor sine auge. Det gjeld for alle alternativ med og utan deltaking i elsertifikatordninga. Då er eit nominelt rentekrav før skatt på 6,77 % lagt til grunn. Dette stadfestar me gjennom kraftbransjen sin metode for å vurdere lønsemd i vasskraftverk.

Utbyggingskostnaden for eit potensielt anlegg i Skåsheimselvi er 5,25 kr/kWh. For at investeringa skal vere forsvarleg tilrår ein å ikkje overstige ein investeringskostnad på 4,5 kr/kWh.

Det er verd å nemne at resultatet er annleis om me ser vekk frå risikopremien ein investor vil krevje. Me har komme fram til at grunneigarane ved elva ikkje vil tape pengar på investeringa. Eigenkapitalavkastninga vil vere betydeleg høgare, ved alle alternativ, enn å sette pengane i banken dersom dei skulle sitte på eigenkapitalen som krevs.





Kartlegging av det norske skimarkedet

Hanne Camilla Bull Hove

Det finnes mange store skimerker og et eget marked for toppturutstyr. De siste årene har flere produsenter begynt å produsere egne skimodeller for kvinner. Dette vekket nysgjerrigheten min og jeg ønsket å undersøke grunnlaget for dette. Hvor store er egentlig forskjellene mellom menn og kvinners forhold til ski? Er forbrukeratferden lik eller finnes det signifikante forskjeller mellom kjønnene? Og hva ten-ker jentene selv om ideen om jenteski? Disse spørsmålene la grunnlaget for problemstillingen min: Er det empirisk grunnlag for å produsere jenteski?

I den teoretiske tilnærmingen fokuserte jeg på forbrukeratferd og bedrifiers tilpasning til markedet. Jeg har også sett på Fishbeins modeller for holdning til handling for å kunne uttale meg om forventet atferd knyttet til kjøp av jenteski. Jeg hentet inn informasjon fra markedet gjennom en kvantitativ metode, og brukte et elektronisk spørreskjema og fikk 445 svar.

Gjennom analysearbeid i programmet SPSS fant jeg noen signifikante forskjeller mellom kjønnene. Det viser seg at det finnes forskjeller både når det gjelder deres forhold til ski og deres atferd i skimark-edet. Disse er presentert i oppgavens resultatkapittel sammen med jentenes holdning til jenteski. Jeg avslutter oppgaven med en forsiktig anbefaling om hvorvidt bedrifter bør satse på produksjon av jenteski eller ikke.



Bakgrunn for boliglånsforskriften og dens virkninger for boligkjøpere

Kevin Lund Olsen, Slavey Minchev og Yngve Frimanslund

I Norge er det vanlig å eie sin egen bolig. Dette er en kulturell trend som vi ikke ser så mye av andre steder i Europa. Å investere i egen bolig medfører også en risiko for boligkjøpere og långivere. Det vi kan lære av tidligere økonomiske nedganger er at det alltid har vært høyt forbruk og økende gjeld i forkant. En av konsekvensene av finanskrisen i 2008/2009 var at regjeringen vedtok strengere retningslinjer for utlånspraksis i forbindelse med boligkjøp.

Dette skjedde allerede i 2010 der egenkapitalkravet ble hevet til 10%. Vi har siden sett ytterligere innstramminger, sist i 2017, ledsaget av økte boligpriser og gjeldsnivå.

Temaet for denne oppgaven er bakgrunnen for boliglånsforskriftene og dens virkninger på boliglåntakere. Vi valgte denne problemstillingen fordi vi mener det er et høyaktuelt tema. Som et ledd i utdannelsen vår er en fordypning i dette temaet også aktuelt for oss personlig.

Vår tilnærming til denne problemstillingen er kvalitativ. Vi har samlet inn data gjennom intervju og ved å gjennomføre en litteraturstudie.

Etter ferdigstilt oppgave ser vi samfunnsnyttene i innstrammingerne og at de allerede til en viss grad har påvirket boligmarkedet. Dette er et komplekst tema som vil trenge videre forskning, fordi vi ser at innstrammingerne kan slå uheldig ut for de aller svakeste i samfunnet.





Kampen mot strategisk lokkeprising. The fight against strategic underpricing

Katrine Solvåg

I et marked blant boligsultne nordmenn er begrepet lokkepris ikke lenger et fremmedord, men blitt boligkjøperens faste synonym til ordet prisantydning. Hensikten med denne bachelor- oppgaven er å se nærmere på temaet strategisk lokkeprising på Grünerløkka i Oslo. For å utforske dette temaet nærmere har jeg valgt meg følgende problemstilling: Hvilke rutiner og praksis har et utvalg av eiendomsmeglerforetak på Grünerløkka i Oslo mot lokkeprising, i tiden før og etter at tilstandsrapport ble tatt i bruk?

Gjennom oppgaven får vi et unik innsyn i fire ulike meglerforetaks interne rutiner og praksis mot lokkeprising på Grünerløkka. Gjennom et kvantitativt forskningsdesign avdekker oppgaven innrømmelser og holdninger til lokkeprising som ikke tidligere har vært dokumentert strategi ved boligsalg. Formålet med oppgaven er å gi en innføring i lov- og regelverket som skal regulere hvordan prisantydning settes og hvordan eiendomsmegler- bransjen skal opptre i tråd med dette. Har foretakene lokkepriset? Hvilke verktøy, rutiner og praksis har egentlig foretakene for å hindre strategisk lokkeprising. Er foretakene rustet for å kunne sette pris uten takstmann?



The Problem of Other People? – En kvalitativ undersøkelse om turistmassene på Trolltunga

Mathilde Friid Fladeby

Denne bacheloroppgaven handler om hvordan turister opplever andre turister på Trolltunga. Problemstillingen vil undersøke hvordan naturopplevelsen påvirkes av den økende turismen her. Jeg har undersøkt opplevelsen til enkelte turister som har gått turen. Dette temaet er svært aktuelt da naturturismen har økt i Norge. Dette har vært omtalt i media det siste året. Hvis Norge ønsker å fortsette å satse på turismen bør vi prøve å ivareta grunnlaget for hvorfor de kommer, noe som ofte er naturen. Mitt hovedfokus har vært ulike former for opplevelse. Jeg har tatt for meg ulike teorier innenfor reiselivsfaget som omhandler opplevelse. Jeg vil først definere og gjøre rede for teorier som jeg mener er relevant for å kunne besvare problemstillingen samt gi en bredere forståelse av oppgaven. Jeg vil også gjøre rede for teorier som ligger til grunn for analysen. For å gjennomføre denne undersøkelsen har jeg benyttet meg av en kvalitativ metode. Jeg har brukt av seks respondenter fra ulike land som dannet grunnlaget for analysen. I analysedelen vil jeg presentere sentrale funn, for så å drøfte dem. Ett sentralt funn i oppgaven er at personene som kommer fra tettbefolkede steder, i mindre grad har dårlig opplevelse med den økende turiststrømmen, sammenlignet med de som er vokst opp med natur og friluftsliv. Dette er interessant fordi Norge har mye og stor natur. Hvis det blir autostrada opp Trolltunga, så tenker kanskje nordmenn automatisk at det er negativt. På den andre siden kan personer som ikke er vant med natur ikke tenke over dette.





Hvordan har prisutviklingen på boliger vært i Sogndal kommune sammenlignet med Sogn og Fjordane for øvrig? Hva er årsakene til prisøkningen i Sogndal sammenlignet med fylket for øvrig?

Trond Bakke, Sigve Tellefsen Enes og Tone Kristine Vik Skomdal

Denne bacheloroppgaven omhandler boligprisutviklingen i Sogndal kommune, sammenlignet med boligprisutviklingen i Sogn og Fjordane for øvrig. Perioden vi har analysert strekker seg fra 2004-2016. Omfanget av oppgaven er begrenset til å omhandle prisutviklingen til eneboliger og selveierleiligheter. For å dokumentere utviklingen har vi utført en kvantitativ undersøkelse, basert på sekundærdata hentet fra boligregisteret; eiendomsverdi.no. Vi har også gjennomført en multippel regresjonsanalyse, men vi lyktes ikke med å finne signifikante resultater, hovedsakelig på grunn av for lavt antall observasjoner.

I oppgaven forsøker vi også å forklare hvorfor utviklingen har gått i den retningen den har gått i denne tidsperioden. I vår besvarelse på hvorfor utviklingen har gått som den har, støtter vi oss på kvalitative intervju vi har gjennomført med personer som har ulike roller i de lokale boligmarkedene vi omtaler.

Vi har funnet at den totale boligprisveksten i fylket (eneboliger og selveierleiligheter) var 121,5% i perioden 2004-2016, i Sogndal kommune var den totale boligprisveksten 123%. Samlet sett var det 55,8% dyrere i Sogndal kommune enn i fylket for øvrig når perioden vi har analysert startet, i 2004. En svakhet i datagrunnlaget er at ikke alle omsatte boliger er registrert med boligareal, dette kan ha ført til avvik mellom beregnet- og reel kvadratmeterpris. Dette har trolig gjort størst utslag på beregningen av gjennomsnittlig kvadratmeterpris for fylket som helhet.

Det var bred enighet blant respondentene våre, om at Sogndal opplever høyt boligprisnivå på grunn av vekst i flere variabler. Sogndal har hatt høy vekst i folketall og sysselsetting sammenlignet med fylket for øvrig. I tillegg opplever kommunen høy innvandring av studenter. Disse studentene er i liten grad folkeregistret som innbyggere i kommunen og kommer derfor på toppen av en god vekst i folketall. Studentene legger til rette for et spesielt godt leiemarked i bygda, som gjør det attraktivt å helt- eller delvis finansiere boliginvesteringer ved hjelp av leieinntekter. Sogndal har også et begrenset sentrumsareal som begrenser utbyggingsmulighetene og reduserer nybygggraten i sentrale deler av kommunen. Dette fører til ytterligere press på boliger som er tilgjengelige i markedet.



Miljøsertifisering – Mer enn bare et diplom? En studie om effekter av miljøsertifisering ved reiselivsbedrifter i Sogn og Fjordane.

Marie von Hirsch, Maren Kvigne og Caroline Oddestad

I denne oppgaven har vi fokusert på hvilke effekter en miljøsertifisering vil ha på utvalgte reiselivsbedrifter, ut i fra fem aspekter. Disse er; motivasjon, økonomi, interesser, identitet og miljø. Vi har fokusert på sertifiserte reiselivsbedrifter i Sogn og Fjordane, da vi forutsetter at disse vil ha relevant kunnskap som kan bidra til å svare på vår problemstilling. Teorien vi har tatt utgangspunkt i er valgt ut for å på best mulig måte kunne bidra til å svare på problemstillingen for denne oppgaven. Det har vært fokus på variert teori fra økonomi og reiseliv, da dette vil gi et større perspektiv til oppgaven. Av teorien som er brukt mest finner vi studien til Schylander og Martinuzzi (2006) som omhandler effekter av en miljøsertifisering og boken til Brønn og Ihlen (2012) som tar for seg flere av aspektene vi har fordypet oss i. Både funn og teori håper vi vil bidra til at Vestlands Forskning på et senere tidspunkt kan undersøke nær- mere temaet miljøsertifisering av bedrifter og effektene dette vil ha på reiselivsnæringen i Sogn og Fjordane.

For å kunne gjennomføre vår undersøkelse valgte vi en kvalitativ tilnærming, der vi brukte intervju av de ulike bedriftene for å innhente data. Dette ble (gjennomført) utført via telefon, og bedriftene bestod av et utvalg miljøsertifiserte reiselivsbedrifter basert i Sogn og Fjordane. Intervjuguiden ble utarbeidet med fokus på de fem aspektene, slik at vi skulle kunne få et variert bilde av situasjonen. Gjennom et innblikk i de ulike effektene bedriftene har opplevd av en miljøsertifisering, ser vi ut ifra funnene at dette varierer mellom bedriftene. Vi har funnet effekter ved alle aspektene som vil bidra til å påvirke bedriftene etter en miljøsertifisering. De største effektene fant vi ved aspektene økonomi og miljø. Innenfor økonomi var det mest markante funnet at en stor andel så en nytte knyttet opp mot kostnad, og at dette også ble sett i sammenheng med et miljøregnskap. Ved aspektet miljø framkom det at alle respondentene så på seg selv som mer miljøbevisste etter at bedriften ble miljøsertifisert, og at tiltakene for å redusere miljøbelastningen ble bemerket innenfor flere områder innen daglig drift.

Samtlige av våre respondenter ser positive sider ved å miljøsertifisere sin bedrift, men det ble bemerket flere ting som kan gjøre at effektene av en miljøsertifisering får en større betydning med hensyn til et miljøperspektiv.





Vinterturisme i Lofoten. Hvem er turistene og hvorfor velges Lofoten som destinasjon?

Ingar Halland

Denne bacheloroppgaven handler om vinterturisme i Lofoten, med problemstillingen «Hva kjennetegner vinterturistene i Lofoten, og hva er det som trekker dem til Lofoten?». Besøktallene for vinterturismen i Lofoten har skutt i været de siste årene. Likevel foreligger det lite forskning om hvem turistene er og hvorfor de velger Lofoten som destinasjon.

Det gjøres en antagelse om at de fleste som besøker Lofoten kan kategoriseres som naturbaserte turister. Med det dette som utgangspunkt blir teorien gjennomgått. Teorikapittelet starter bredt, med generelle reisemønstre og typologier av turister, via naturbasert turisme, før det ender opp i en snevrere del om naturbaserte turister.

Gjennom en spørreundersøkelse kom det totalt inn 40 besvarelser. Dette var grunnlaget for analyse og drøfting. Dessverre var dette for få besvarelser til å generalisere fra utvalg til populasjon, og det blir derfor vanskelig å trekke noen endelige konklusjoner. Det er likevel spennende å se på tendensene man kan se antydninger av. Et av funnene er for eksempel at mer enn 80 % av respondentene har planlagt å delta i naturbaserte aktiviteter mens de er i Lofoten. Det blir også avdekket at hele 90 % hadde «opplevelser i vakker natur» som motivasjonen for å reise til Lofoten.

På bakgrunn av tendensene som er funnet blir det gitt noen forslag til hvordan arbeidet i dette studiet kan fortsettes i ettertid. Det viktigste arbeidet som kan gjøres, spesielt av overnattingsbedrifter som Classic Norway, er å bli flinkere til å kartlegge gjestene. Hvem er de, og hvorfor velger de som de gjør?



Er det ei boble i bustadmarknaden i Sogndal?

Vilde Lovise Støfring Rørvik, Astrid Reppen Solnes og Anders Halland

Oppgåva har som hovudmål å undersøkje bustadprisutviklinga i Sogndal kommune og sjå etter eventuelle bobletendensar i marknaden.

For å beskrive faktorar som driv bustadprisane ser vi på: rente, leigeprisar, arbeidsløyse, folketal, tomteprisar, inntekter og nybygging. I tillegg undersøker vi om bustadprisane kan vere overvurdert samanlikna med leigeprisar og tomteprisar. Desse samanlikningane brukast i ei vurdering på om det kan finnast ei eventuell bustadprisboble i Sogndal.

Då det ikkje finst register på tomteprisar og leigeprisar har vi lagt stor innsats i å hente inn dette datamaterialet på eigahand. Det vart gjort gjennom spørjeundersøkingar og innhenta prisinformasjon frå private byggefirma.

Faktorar som påverkar bustadprisane og indikatorar på eventuelle bobletendensar vart vurdert med tabellanalysar og til slutt ein regresjonsanalyse. På bakgrunn av analysen finn vi at bustadprisane er overvurdert i forhold til leigeprisane og at dette kan gje indikasjonar på ei bustadprisboble.





I hvilken grad påvirker sosiale medier turisters valg av reisemål?

Amalie Myrtvedt og Bendik Holt

Oppgaven handler om sosiale medier og hvordan de er med å påvirke valg av reisemål. Reiseliv er en næring med mange muligheter, spesielt innenfor informasjons - og kommunikasjonsteknologi. Sosiale medier har gjort at vi i dag befinner oss i en situasjon hvor alle har mulighet til å skape sitt eget innhold på ulike sosiale nettverk. Vi vil på bakgrunn av dette, prøve å svare på følgende problemstilling: "I hvilken grad påvirker sosiale medier turisters valg av reisemål?"

Sosiale medier er noe de fleste bruker i hverdagen og vi vet at det blir mye brukt i vårt studentmiljøet. I innledningen begrunner vi valg av tema og gjør noen avgrensninger i forhold til dette, som for eksempel at vi avgrenser utvalget til studenter. I teoridelen gjennomgås relevante tema som er grunnlaget for store deler av oppgaven. Det kommer frem at informasjons - og kommunikasjonsteknologi er med i alle faser av en reise og at bruken av sosiale medier kan være nyttig blant annet i markedsføring av reiselivsprodukter. Til slutt i teorikapittelet legges det frem ulike aspekter som gir en bedre forståelse av de sosiale mediene og logikken bak disse.

Ved innsamling av data ble det brukt en kvantitativ tilnærming. Vi baserer datainnsamlingen vår på primærdata og fikk til sammen 116 respondenter på spørreundersøkelsen. I resultatkapittelet går vi gjennom de mest relevante funnene i spørreundersøkelsen. Dette er med å danne grunnlaget for vår analyse og drøfting. Til slutt i oppgaven kommer vi med en konklusjon på problemstillingen og forslag til videre forskning



Hvordan foregår salgsprosessen ved privatsalg av bolig, og er selgerne fornøyde?

Håkon Eidem, Arne Kvernmo Andreassen og Øystein Lihaug

Da vi skulle starte å skrive oppgaven var det veldig mye media oppmerksomhet rundt selskapet PRO-PR som lanserte en tjeneste hvor boligselgere kunne selge sine boliger privat. Dette var noe vi bet oss interesse i, og ville finne mer ut hvordan en salgsprosess foregår når en megler ikke er involvert. Etter å ha leste tidligere fagrapporter og bachelor oppgaver, var problemstillingen satt.

Problemstillingen vi valgte oss var; "Hvordan foregår salgsprosessen ved privatsalg av bolig, og er selgerne fornøyde?" I oppgaven vår ble det også valgt tre faktorer som vi ville ha svar på for å svare på problemstillingen. Disse var, hva er det totale kostnadene ved salget? Hvilke hjelpemidler bruker selgerne? Hvordan føler selgerne at salgsprosessen går, og ble de fornøyde?

Den teoretiske bakgrunnen vi brukte på oppgaven var i all hovedsak nettbaserte fagrapporter. Vi brukte også lovsamlingen og andre bøker for å få ett oversiktlig og klart bildet av hele temaet. Metoden vi valgte å bruke var kvalitativ metode. Vi valgte å gå for dybdeintervju for å få mest mulig informasjon rundt temaet. Vi kontaktet 15 personer som hadde solgt privat, men dessverre valgte kun 5 av disse å stille opp til intervju.

Vår oppfatning er at funnene vi gjorde var interessante og relevante. Selv om vi ikke fikk intervjuet så mange som vi egentlig ville, følte vi at våre funn ga et klart bilde på privatsalg utfra det vi hadde funnet i tidligere teori. Når vi analyserte vårt materiale fant vi mange likhetstrekk mellom de forskjellige svarene, men også store forskjeller. Vi fant ut at salgsprosessen kan ha mange forskjellige måter å foregå på.





Hva påvirker lønnsomheten til norsk oppdrettsnæring?

Håkon Solheim og Sondre John Huun

Norsk fiskeoppdrett er en av de største eksportnæringene i Norge. Hensikten med bacheloroppgaven vår er å trekke frem de faktorene som har størst påvirkning på lønnsomheten til norsk oppdrettsnæring. Vi skal også gjennomføre en økonomisk analyse av hele næringen.

Oppgaven starter med en oppsummering av oppdrettsnæringens historie fra 1950-tallet og frem til i dag.

Studien tar utgangspunkt i teori hentet fra offentlige kilder. Den vil også inneholde en kvalitativ undersøkelse hvor spørsmålene er utarbeidet på bakgrunn av de teoretiske funnene vi har gjort. Undersøkelsens formål er å kartlegge ulike faktorer som i større eller mindre grad påvirker lønnsomheten til oppdrettsnæringen.

Vår oppgave viser kort oppsummert at faktorer som generell markedsrisiko, politiske handelsutfordringer, lakselus og svinn i produksjonen påvirker lønnsomheten til næringen. Det er likevel den høye etterspørselen etter laks i dag, i kombinasjon med svekket kronekurs som har vært den viktigste årsaken til næringens gode lønnsomhet. Høy etterspørsel på det internasjonale markedet har resultert i høy kilopris for laks.



Hva gjør de forskjellige eiendoms- meglerforetakene for å gi sine eiendomsmeglerfullmektiger god opplæring og oppfølging?

Finn Ruben Tislavoll Mongstad, Joachim Johannessen og Christoffer Sven Bakken

Hensikten med denne oppgaven har vært å få et nærmere innblikk i hvordan man som fullmektig blir tatt imot hos ulike foretak. Dette vil være svært relevant for oss ved valg av fremtidig arbeidsgiver. Kapittel 1 er innledningskapittelet til oppgaven. Her gir vi først en kort historisk presentasjon av eiendomsmegleryrket, deretter presenteres bakgrunnen for valget av problemstilling og forutsetningene satt rundt denne.

Kapittel 2 er teorikapittelet i oppgaven. Her gjør vi kort rede for det teoretiske grunnlaget vi har brukt, samt gjør rede for faguttrykk som går igjen i oppgaven. Til slutt i kapittel 2 presenteres salgsprosessen. Salgsprosessen vil si de forskjellige stegene er megler må gjennomgå i forbindelse med et salg. Vi vil også nevne hva mesterlære og praksisfellesskap innebærer.

Kapittel 3 er oppgavens metodedel. Her går vi kort gjennom hvilke forventninger vi har til forskningen vår og deretter forklarer vi den kvantitative og den kvalitative metoden. Her gjør vi også rede for valg av intervjuform, utvalg, primær- og sekundærdata.

Kapittel 4 er analysedelen i oppgaven. Her blir intervjuene presentert fra de seks forskjellige respondenter som har blitt kontaktet. Vi har delt respondentene i to grupper; En gruppe for foretak og en gruppe for bransjeforeninger. Til slutt i del 4 kommer et sammendrag av svarene vi fikk fra disse respondentene.

Kapittel 5 er drøftingsdelen i oppgaven. Dette er det siste kapittelet der vi presenterer og drøfter våre funn. Her legger vi også frem forslag til videre forskning på området vi har fokusert på, samt konklusjon.





Forbrukarmotstand mot reklame på internett

Guro Aas og Martin Haldorsen

Veksten i internettbruk har ført med seg ein stor arena der bedrifter kan marknadsføre seg. Auken i antal reklamar dagens forbrukar vert utsatt for på ein dagleg basis, vert sett på som å skape ein viss motstand hjå forbrukaren. For å utforske dette fenomenets sannferdigheit samt moglege forklaringsar på dette, har me vald problemstillinga «kva faktorar påverkar forbrukarmotstand mot reklame på internett?».

Med denne forskinga vert det føreslått eit sett med hypotesar og ein forskingsmodell, basert på konstrukt henta frå litteraturgjennomgang. Me gjennomførte ei kvantitativ undersøking, og fekk inn svar frå 442 respondentar. Resultata våre visar at forbrukarmotstand til reklame vert negativt påverka av forbrukarens haldningar til reklame; positive haldningar medfører låg forbrukarmotstand. Me fann vidare at haldningar vert positivt påverka av reklamens underhaldningsverdi og informasjonsverdi, og negativt påverka av irritasjon. Me fant ikkje at kredibilitet og tilpassing hadde ein verknad på haldningar. Desse resultata kan vere nyttig for bedrifter, då dei gjer ein indikasjon på kva som kan vere viktig å fokusere på for å skape gode haldningar hjå forbrukarar, og unngå forbrukarmotstand.



Den økonomiske effekten studentenes tilstedeværelse har på næringslivet i Sogndal. En regionaløkonomisk ringvirkningsanalyse av høgskolestudentene i Sogndal

Iren Aasland, Roar Ulen og Halvor Kasland

Denne oppgaven har som formål å kartlegge verdiskapingen til studentene ved Høgskulen på Vestlandet, campus Sogndal, og de økonomiske ringvirkningene for næringslivet i Sogndal som studentenes aktiviteter genererer. Vårt mål har vært å finne svar på følgende problemstilling:

«Hvilke regionaløkonomiske ringvirkninger har høgskolestudentenes tilstedeværelse på næringslivet i Sogndal?»

For å svare på problemstillingen har vi foretatt en spørreundersøkelse blant høgskolestudentene for å kartlegge deres forbruk og kjøpsmønster, og gjennomført intervjuer med tre representanter fra næringslivet i Sogndal.

Det har ikke tidligere blitt gjort ringvirkningsanalyser av studentenes økonomiske effekt på en region i Norge, men det foreligger derimot flere undersøkelser knyttet til studentenes disponible inntekt og forbruk på landsbasis. I vår studie har vi valgt å benytte oss av en multiplikatormodell utledet ved universitetet i Nottingham, der de foretok en økonomisk ringvirkningsanalyse av studentenes virkning på lokalsamfunnet. Ved hjelp av denne modellen har vi kunnet beregne de økonomiske ringvirkningene sogndalsstudentene har på næringslivet i Sogndal kommune.

Vi valgte å utføre en kvantitativ undersøkelse blant studentene på Høgskulen på Vestlandet, campus Sogndal, hvor vi kartla studentenes forbruk i Sogndal. Det var her viktig å finne den disponible inntekten til studentene, samt å plassere forbruk deres i kategorier. Videre var det sentralt for vår oppgave å finne ut hvor mye av studentenes forbruk som ble lagt igjen innenfor regionen, altså Sogndal kommune. Resultatet av undersøkelsen viser at sogndalsstudentene bruker i gjennomsnitt 10 176 kroner hver måned. Av totalforbruket går 7 639 kroner til kjøp av varer og tjenester i Sogndal. Det innebærer at 75 % av konsumet til studentene blir brukt i Sogndal kommune.

Undersøkelsen viser at studenter ved Høgskulen på Vestlandet, campus Sogndal bruker i alt 213,9 millioner kroner i løpet av studieåret 2016/2017 på kjøp av varer og tjenester fra næringslivet og private aktører i Sogndal kommune. I tillegg bidrar studentene til verdiskapingen ved å jobbe deltid i Sogndal ved siden av studiene. Dette gir en ytterligere verdiskaping på 113,8 millioner kroner. Ringvirkningsanalysen viser at de totale økonomiske ringvirkningene av studentenes forbruk i regionen kan anslås til 551 millioner kroner. Dette innebærer at studentenes forbruk generer verdier tilsvarende 759 sysselsatte i Sogndal kommune. De kartlagte ringvirkningene av sogndalsstudentene utgjør ca. 20 % av det totale antall sysselsatte i kommunen. Med en verdiskaping på 551 millioner kroner, vil det si at studentene i Sogndal står for en verdiskaping som er syv ganger større enn den Sogndal Fotball AS genererer.

Vi ser dermed at sogndalsstudentene har stor økonomisk betydning for kommunen og skaper verdier for ca. en halv milliard kroner i løpet av studieåret 2016/2017. Likevel er det en interessant tanke om denne verdiskapingen ville vært enda større dersom studentene generelt var eldre. Dette skyldes både at de eldre studentene jobber mer (økt direkte virkning) og at de kjøper flere varer og tjenester (større bidrag til de direkte virkningene for primærbedriftene).



Korleis ser arbeidarane til Hydro aluminium Årdal på endringar og framtida?

Tommy Reisetser

I denne oppgåva så ønsker eg å sjå nærare på Hydro Aluminium Årdal og korleis arbeidarane i produksjonen ser på framtida og korleis dei oppfattar endring.

Først kommer problemstillinga der eg kort går inn på kva eg er ute etter å finne og litt avgrensingar for å hindre at oppgåva blir for omfattande til å svare på.

Så følger ein teoribit der eg kort tar føre meg nokre teoriar som kommer til å være relevant for oppgåva.

Deretter går eg inn på metodar eg ønska og bruke og kva som eg enda opp med å bruke.

I empirien vil resultatet av intervjuet være og litt informasjon om det som har leda opp til dagens situasjon.

Så avsluttar eg med ein konklusjon.



Promoteringsvideoer og motivasjon. “En kvalitativ studie om hvordan promoteringsvideoer kan øke motivasjon til å reise”

Fredrik Haugland og Steffen Myhre Rysgård

Denne bacheloroppgaven handler om hvordan promoteringsvideoer kan bli brukt i markedsføring av en destinasjon for å øke motivasjonen til aktuelle besøkende. Dette temaet er interessant for oss fordi vi har sett relativt lite av denne typen oppgaver før. Derfor ønsker vi å bidra med frisk og ny informasjon til dette feltet. Samtidig mener vi at alt for få destinasjoner tar i bruk promoteringsvideoen som ressurs, selv om muligheten er der. Promoteringsvideoen som verktøy mener vi derfor ikke blir utnyttet til dens fulle potensiale. I tillegg til å være et godt markedsføringsverktøy finnes det også billige løsninger for det å produsere og distribuere en promoteringsvideo.

Denne besvarelsen tar for seg en hovedproblemstilling: Vil bruk av promoteringsvideoer i markedsføring av en destinasjon føre til økt motivasjon til å reise? Besvarelsen bruker en kvalitativ tilnærming. Vi har hatt en fokusgruppe med fire personer som har dannet grunnlaget for vår analyse og drøfting. Med dette startpunktet har vi også kommet fram til en konklusjon som tilsier at promoteringsvideoer kan øke motivasjonen til å reise. Helt til slutt har vi kommet med anbefaling til videre forskning på området.





Vintersesong i Indre Sogn: Hvilke faktorer er viktige for reiselivsbedrifter å ta hensyn til ved etablering av vintersesong?

Lukas D. Heck

Denne bacheloroppgaven vil ta for seg temaet vinterturisme i Indre Sogn hvor Sogndal og Luster kommune vil være de aktuelle kommunene. Formålet med denne oppgaven er å kartlegge hvilke faktorer som er viktig for en naturbasert reiselivsbedrift som tilbyr overnatting og ulike aktiviteter å ta hensyn til dersom man ønsker å etablere en vintersesong.

Indre Sogn har allerede en godt etablert og kjent sommersesong som strekker seg fra mai til ut september. I den sammenheng har bedriftene utarbeidet gode overnattingssteder og produkter som turistene benytter seg av. I høysesongen om sommeren er det vanskelig for den enkelte turist å finne plasser hos overnattingsbedriftene og blant aktivitetene dersom han eller hun ikke har booket på forhånd. Beleggene er rett og slett maksimert, selv om balansen mellom tilbud og etterspørsel er god. Utfordringer er at mange turister har fattet stor interesse av distriktet vårt. Men hvordan gjelder dette seg om vinteren? Her er situasjonen totalt annerledes, der nesten samtlige av bedriftene er stengt og at turistrømmen er lav. Derfor det i denne oppgaven ønskelig å kartlegge mulighetene og etableringsutfordringene for de bedriftene som ønsker å drive vinterturisme i Sogndal og Luster.

Teorien er hentet fra bøker, rapporter og forskningsartikler, og nettbaserte statistikker. Funnene tar utgangspunkt i hovedsakelig primærdata men underbygges også av sekundærdata. Primærdataene er hentet inn gjennom kvalitativ metode, med det åpne individuelle intervjuet av fire aktuelle aktører i Sogndal og Luster. Disse har vært til stor hjelp for å belyse et nok så ukjent tema der funnene er omfattende og utfordrende å håndtere. Det er en samlet reiselivsnæring som ønsker å ta fatt på vinterturismens uførløste problemer og muligheter tilknyttet aktørenes ønske om å etablere en vintersesong. Aktørenes oppfattelse av de avgjørende faktorene for å satse på vintersesong er indre motivasjon, hardt arbeid, produktutvikling, høy kvalitet, og et økende krav til samarbeid.





Utviklingstrender i Norsk hotellnæring. En lønnsomhets- og trend analyse av hotellnæringen i norske storbyer

Mathias Løken

Denne oppgaven tar for seg hvordan utviklingen til norsk hotellnæring i norske storbyer har vært de siste 10 årene. Formålet er å avdekke lønnsomhetsutviklingen for næringen, samt vurdere hvordan forholdet mellom tilbud og etterspørsel korrelerer over tid for å se etter eventuelle trender i næringen.

For å kunne svare ut ovenstående har jeg jeg valgt å gjennomføre en kvantitativ analyse av regnskap for hoteller i storbyene Oslo, Tromsø, Bergen, Stavanger og Trondheim, og vurdere funnene opp mot eksisterende statistikker og data tilknyttet norsk hotellnæring.

Resultatene av analysen indikerer at etterspørselen etter hotellrom i norske storbyer er i stadig økning, men i relativt mindre grad enn tilbudet. Det kan således virke som om vi er inne i, eller på vei inn i en periode med overkapasitet og generelt lav lønnsomhet til tross for økende etterspørsel.





Finanskrise: En kvantitativ studie av utvalgte næringer i Kristiansand og Tromsø

Kim Marcussen og Marielle Hurlen Standal

Finans og finanskriser vil alltid være et svært aktuelt tema innen makroøkonomi, og det som kan forskes på innenfor dette temaet er nærmest ubegrenset. Finanskrisen med utspring i USA i 2008 fikk store konsekvenser for verdensøkonomien, men hvordan ble egentlig Norge rammet?

For å belyse dette temaet innenfor de gitte kravene måtte problemstillingen avgrenses betraktelig. Vi valgte derfor undersøke om vi kunne finne spor av finanskrisen i de to næringsgruppene finansierings og forsikringsvirksomhet og omsetning og drift av fast eiendom. Videre avgrenset vi oppgaven til de to byene Kristiansand og Tromsø grunnet den store geografiske avstanden.

Det teoretiske grunnlaget for oppgaven baserer seg på finanskrisen samt begreper i regnskapsposter som vi har tatt i bruk i vår analyse. Vår oppgave er basert på sekundærdata utgitt av brønnøysundregisteret som inneholder en rekke aksjeselskapers regnskapstall.

Utredningen vår har en kvantitativ metode og tar utgangspunkt i et kausalt forskningsdesign. Videre bruker vi tverrsnittstudie for å se om vi kan finne en plausibel sammenheng mellom bedrifters regnskapstall og finanskrisen.



Hva er viktig for å lykkes som nyansatt eiendomsmegler

Rune Høsteland Åland

Målet med denne bacheloroppgaven er å finne ut hva som må til og hvilke faktorer som er viktig for å kunne lykkes i startfasen som eiendomsmegler. Med hjelp av en kvalitativ metode, har jeg kommet frem til faktorer som er viktige for nyansatte i bransjen.

Kapittel 1 starter med en innledning til temaet som skal besvares. Videre tar det for seg problemidentifisering og problemstilling, samt de avgrensingene som er foretatt. Til slutt vil valg av informanter presenteres kort, samt oppgavens oppbygging.

Kapittel 2 tar for seg oppgavens teori. Den starter med utviklingen til yrket, før roller og oppgaver, samt personlige egenskaper blir presentert. Videre tar kapittelet for seg opplæring og markedsføring. Under markedsføring blir segmentering og skreddersøm med fokus på individuell markedsføring presentert, samt sosiale medier som markedsføringskanal. Til slutt tar kapittelet for seg tidligere bacheloroppgaver som empiriske studier.

Kapittel 3 tar for seg oppgavens metode. Kapittelet starter med å forklare forskjellige forskningsdesign, samt valg av design. Videre får man en innføring i kvantitativ og kvalitativ metode, samt valg av metode. Primær og sekundærdata samt datainnsamlingsteknikk blir så presentert. Videre blir valg av informanter og hvordan jeg samlet inn dataen fra intervjuene presentert, før kapittelet til slutt tar for seg analyseteknikk som er innholdsanalyse.

Kapittel 4 omhandler funn, altså hva informantene fortalte. Kapittelet starter med å gå igjennom funn rundt opplæring og hvordan man kommer i kontakt med kunden. Videre blir funn om markedsføring, samt personlige egenskaper presentert, før kapittelet til slutt kommer med anbefalinger til nyutdannede.

Kapittel 5 er oppgavens diskusjonskapittel. Her blir funnene mine diskutert i forhold til om de stemmer overens med teorien. Det blir også sett på om det finnes forskjeller blant mine informanter i forhold til kjønn, alder og geografi. Diskusjonen tar for seg opplæring, kundekontakt, markedsføring, personlige egenskaper og anbefalinger til nyutdannede.

Kapittel 6 er oppgavens avslutningskapittel. Her blir konklusjon fra arbeidet presentert, samt oppgavens pålitelighet og troverdighet. Til slutt vil kapittelet ta for seg forslag til videre forskning.





Hvordan kan eiendomsmeglere tilpasse seg for å beholde arbeidsplasser i fremtiden med tanke på digitalisering av tjenesten?

Anja Hovland Møller og Mads Berg Johansen

Kapittel 1 inneholder en innledning av oppgaven med grunnleggende informasjon av hvorfor vi skriver om dette temaet. Videre en kort innføring i hvordan vi har kommet fram til en problemstilling og presentasjonen av selve problemstillingen. Til slutt har vi presiseringer og avgrensninger vi har sett for oss før vi startet med oppgaven.

Kapittel 2 Teoridelen. Vi starter med grunnleggende informasjon rundt eiendomsmegling og megleren som mellommannen og rådgiver. Vi har gått litt inn på forskjeller i regelverket med å være privat selger kontra eiendomsmegler, og forskjeller mellom privat salg og bruk av megler på digitalt nivå. Vi har også sett på forbrukerens behov for bruk av eiendomsmegler. Avslutningsvis har vi sett på digitalisering av hverdagen til megleren samt digitalisering av spesifikke arbeidsoppgaver og arbeidssledighet som følger av dette.

Kapittel 3 Valg av metode. I dette kapitlet har vi startet med å forklare ulikhetene ved metodevalgene vi forespeilet oss. Videre har forklart hvordan metode vi valgt og gitt en begrunnelse for dette.

Kapittel 4 inneholder analysedelen av oppgaven. I starten har vi analysert de ulike konkurranseutsatte momentene som ble oppnevnt under intervjuet. Videre valgte vi å analysere de ordene som ble brukt i forbindelse med tilpassing og framtid.

Kapittel 5 Dette inneholder drøfting, resultat og konklusjonen av oppgaven. Vi har startet med drøftelse og forklaring på resultatene vi fikk underveis i oppgaven. Videre valgte vi å snakke om det vi har ønsket å sett på videre og til slutt så har vi laget en konklusjon ut i fra empiri vi har funnet både fra teoridelen og analysen.

LÆRERSTABEN VED INSTITUTT FOR ØKONOMISKE OG ADMINISTRATIVE FAG CAMPUS BERGEN



Øystein Amland
Høgskolelektor



Dag Eivind Bakka
Høgskolelektor



Ole Jakob Bergfjord
Førsteamanuensis



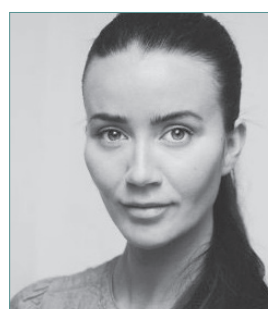
Heidi Bjørstad
Førstelektor



Thomas Lund
Høgskolelektor



Ole Andreas Brekke
Førsteamanuensis



Tine Nesbø Tørseth
Stipendiat



Hanne Sjøvold Hansen
Vitenskapelig assistent



Henry Bjånesø
Høgskolelektor



Judit J. Bragelien
Høgskolelektor



Torstein Dahle
Høgskolelektor



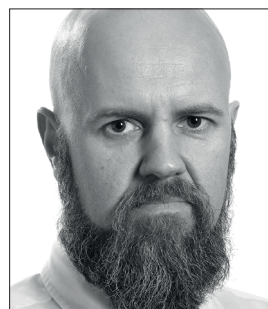
Truls Erikson
Professor II



Åge Garnes
Professor



Jill Loga
Førsteamanuensis



Tarjei Alvær Heggernes
Høgskolelektor



Kari Heggholmen
Høgskolelektor



Olav Jon Innselset
Høgskolelektor



Hilde Inger Kinserdal
Høgskolelektor



Olav Andreas Kvitastein
Førsteamanuensis



Roald Laurantsen
Høgskolelektor



Francisca Ampomah-Løkeland
Ekstern



Dag Audun Lønning
Førsteamanuensis



Morten Morå
Høgskolelektor



Torstein Nesheim
Professor II



Eli Lindblad Rem
Høgskolelektor



Anne Birgitte Rodal
Førstekonsulent



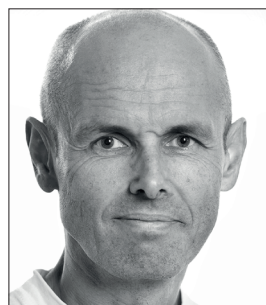
Terje Simonsen



Tom Skauge
Instituttleder



Maryna Zhuravlyova Solesvik
Professor II



ØyvindSunde
Førstelektor



Kristin Lofthus Hope
Førsteamanuensis



Signe Syrrist
Høgskolelektor



Kari Håvåg Voldsund
Høgskolelektor



Tina Åsgård
Høgskolelektor





LÆRERSTABEN VED INSTITUTT FOR ØKONOMISKE OG ADMINISTRATIVE FAG CAMPUS HAUGESUND



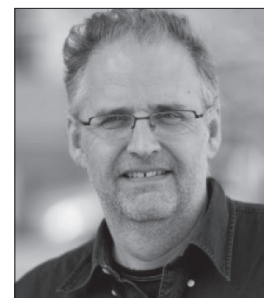
Lise Langåker
Førsteamanuensis



Lene Jørgensen
PhD stipendiat



Johnny Velde Jensen
Høyskolelektor



Gjestland, Arnstein



Magnhild Dås vand
Høyskolelektor



Svein Abrahamsen
PhD stipendiat



Chunyan Xie
Professor



Jan Roald Jonassen
Dosent



Knut Steffen Kvala
Høyskolelektor



Knut Steffen Kvala
Høyskolelektor



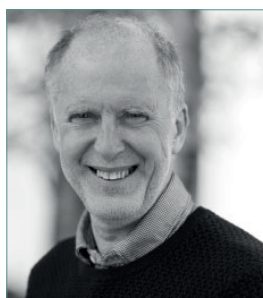
Liv Osland
Professor



Tone Merete Brekke
Studieleder



Øivind Andr Strand Aase
PhD stipendiat



Øystein Nordvik
Høyskolelektor



Åge Gjøsæter
Dosent





LÆRERSTABEN VED MOHNSENTERET FOR INNOVASJON OG REGIONAL UTVIKLING



Jens Kristian Fosse
Førsteamanuensis



Stig-Erik Jacobsen
Senterleder



Natalia Mæhle
Førsteamanuensis



Inger Beate Pettersen
Førsteamanuensis



Jarle Aarstad
Førsteamanuensis

MASTERPROGRAMMENE

Institutt for Økonomisk-administrative fag, Campus Bergen, leder avdelingens to masterprogram innen feltet innovasjon og ledelse. Undervisning og forskning skjer i tett samarbeid med Mohnsenteret for innovasjon og regional utvikling. Det første masterprogrammet som ble startet opp var Master i innovasjon og entreprenørskap (IET). Dette er en realfaglig master i teknologiledelse som blir organisert i samarbeid med Senter for entreprenørskap, Universitetet i Oslo. Samarbeidet med UiO har pågått i 8 år. Sommeren 2017 har dette resultert i vel til sammen 60 uteksaminerte studenter. I år uteksaminerer vi også det første kullet fra vår egenakkrediterte master i Innovasjon og ledelse – samfunnsfaglig masterprogram (MIL). 19 studenter leverte sine masteroppgaver innen Innovasjon og ledelse her i vår. Målgruppen for denne nye mastergraden er kandidater med en bachelorgrad i økonomi og administrasjon eller andre studenter med bakgrunn i økonomi, organisasjon og ledelse.

Masterprogrammene gir studentene en solid plattform innen innovasjon, entreprenørskap, organisering og ledelse. Utdanningen gir et godt utgangspunkt for karriere innen teknologiledelse eller prosjektledelse for teknologibedrifter. Studentene får et solid grunnlag for å arbeide med ny teknologi, nye produkter og nye arbeidsprosesser. Vi legger til rette for at ferdige kandidater kan få spennende arbeidsoppgaver i ulike typer etablerte virksomheter, som konsulent for andre, eller de kan ha grunnlag for å starte egen virksomhet. Studentene blir utplasserte i relevante offentlige eller private virksomheter. I 2. semester oppholder mange av studentene seg 10 uker i Houston i USA, som en del av Gründerskolen, eller på et tilsvarende program i Bergen. Studentene med samfunnsfaglig bakgrunn har også tilbud om et halvt år ved Universitetet i Berkeley, California. Undervisningen foregår ved Høgskolen

på Vestlandet, Campus Bergen, med unntak av utenlandsoppholdet. Vi underviser masterstudentene med bakgrunn fra økonomisk-administrative fag i tett samarbeid med ingeniørene i vår ingeniørfaglige master. I fjerde, og siste semester skriver studentene sin masteroppgave. Disse presenterer vi i kortform i denne årboken.

Begge mastergradene har som hovedfokus å utdanne dyktige ledere og medarbeidere i teknologivirksomheter. Studentene får omfattende praksiserfaring i nye og etablerte virksomheter. Praksisen blir kombinert med undervisning innen teknologi, entreprenørskap, innovasjon, finans, markedsføring, ledelse, organisering, samfunnsansvar og profesjonskunnskap.

Vi har valgt samlebegrepet teknologiledelse som dekker fagområdene innovasjon, entreprenørskap, organisasjon, ledelse og økonomifag. Teknologiforståelse og trening i tverrfaglig samarbeid mellom økonomer og ingeniører er viktig i studiet. Videre er innovasjon og utvikling av produkter og tjenester et viktig element for at en teknologivirksomhet skal overleve i markedet og for at offentlig sektor skal bli bedre.

Målt mot tilbakemeldinger fra samfunns-, arbeids- og næringsliv, fra studentene i Studiebarometeret 2016 og i søkertall har begge mastergradene vært en suksess. IET hadde en 60% vekst i søkertallet i 2016 med totalt 133 søkere. MIL-masteren i sitt andre år hadde en søkervekst på 30% med totalt 233 søkere. Søkertallene i 2017 har holdt seg for MIL-masteren, men har godt noe ned for IET-masteren. Tekna Magasinet rangerte IET-masteren nylig på en delt førsteplass i kategorien «Naturvitenskaplige fag, håndverksfag og tekniske fag» sammen med et HMS-studie fra NTNU.





MOHNSENTERET FOR INNOVASJON OG REGIONAL UTVIKLING

Mohnsenteret er et forsknings- og kompetansesenter innen fagområdene innovasjon og entreprenørskap. Senteret inngår som en del av Avdeling for ingeniør- og økonomifag, men skal fremme innovasjon og entreprenørskap ved hele høyskolen. Senteret har 7 faste medarbeidere (2 professorer, 3 førsteamanuensiser og 2 høyskolelektorer). I tillegg er det knyttet 1 prosjektleder, 2 medarbeidere i professor II stillinger og 5 stipendiater til senteret.

Senteret skal både forske på innovasjon og entreprenørskap, tilrettelegge for innovasjon og entreprenørskap og undervise om innovasjon og entreprenørskap. Sentrale forskningstema er i) innovasjon i organisasjoner, ii) innovasjon i nettverk og systemer, iii) innovasjonsfasilitering og iv) entreprenørskap. Senteret deltar i flere større internasjonale forskningsprosjekter, hvor det blant annet er fokus på omstilling av regionalt næringsliv, innovasjons- og

endringsledelse, drivere for grønt skift innenfor ulike bransjer, entreprenørers læring og politikktutforming for innovasjon og verdiskapning.

Viktig samarbeidspartnere er blant annet Universitetet i Agder, Universitetet i Stavanger, Handelshøyskolen BI, Victoria University (New Zealand), Universidad Salamanca (Spania), Circle (Sverige), University of Strathclyde (Scotland) og University of Manchester. Samlet vitenskapelig produksjon fra senterets medarbeidere i perioden januar 2013 til april 2017 var 53 artikler i fagfelleurderte tidsskrift og 18 bokkapitler. Flere av artiklene er publisert i høyt rangerte tidsskrift.

Den forskningsbaserte kunnskap som utvikles anvendes blant annet når vi tilrettelegger for innovasjon og entreprenørskap. Viktige aktiviteter her er MOBIFORSK, som finansieres av Norges forskningsråd, og som blant annet skal stimulere til mer forskningsbasert innovasjon i næringslivet gjennom å knytte bedrifter opp mot relevante forskningsmiljøer.

Vi jobber også med forskningsbasert rådgivning mot næringsklynger, enkelt bedrifter og

det offentlige virkemiddelapparatet (fylkeskommunen, Innovasjon Norge m m). Videre har vi en sterk satsing på entreprenørskap, særlig rettet mot studenter. Her jobber vi bredt med å mobilisere for mer studententreprenørskap, blant annet gjennom idekonkurranser, ideutvikling og rådgivning. Vi bistår også studentgrupper som ønsker å jobbe med egne forretningsideer. I den sammenheng er det også tilrettelagt for at studentenes forretningsideer kan videreutvikles i 'Fabrikken', som er Mohnsenterets nye lokaler hvor studenter kan jobbe med innovasjon og entreprenørskap.

Senterets tredje hovedaktivitet handler om å undervise om innovasjon og entreprenørskap. Vi er her samarbeidspartnere for Institutt for økonomisk-administrative fag på de to masterprogrammene Innovation and Entrepreneurship og Innovasjon og ledelse. Her har vi ansvar for enkeltkurs og veileder kandidater på masteroppgavene. Senteret har også koordineringsansvaret for HiBs tverrfaglige Ph.D-satting Innovasjonsspraksis i et profesjons- og samfunnsperspektiv. I tillegg har vi kortere kurs og enkelt forelesninger rettet mot utdanningsprogram ved andre avdelinger, eksempelvis sosionom-, vernepleie- og folkehelseutdanningen.

The Charismatic Entrepreneur - Personal behaviors in entrepreneurs for attracting angel investment

Charisma

Personal behavior

Personal traits

Entrepreneur

Angel investor

Entrepreneur-Investor relationship

Tomas Roaldsnes

Does the entrepreneur's personal behavior play a major role when attracting angel investment? To answer this question, the opinions and experiences of two angel investors, a business developer for an angel investor network and a successful entrepreneur are gathered and analyzed. The thesis builds on theories from leadership, behavioral psychology and studies on angel investment to give the reader an understanding of the different personal behaviors and their effect. The findings indicate that personal behaviors displayed by the entrepreneur, can impact the angel investor's perception of the entrepreneur's trustworthiness, coachability and passion.

Veileder: Maryna Zhuravlyova Solesvik



THE CHARISMATIC ENTREPRENEUR

Personal Behaviors In Entrepreneurs For Attracting Angel Investment

ABSTRACT

Does the entrepreneur's personal behavior play a major role when attracting angel investment?

The thesis builds on theories from leadership, behavioral psychology and studies on angel investment to give the reader an understanding of the different personal behaviors and their effect.

The findings indicate that personal behaviors displayed by the entrepreneur, can impact the angel investor's perception of the entrepreneur's trustworthiness, coachability and passion.

DESIGN

The thesis utilized a narrative design, and gathered data from angel investors, entrepreneurs and experts within the industry of early venture investing through semi structured interviews. Participants include:

- Henrik Lie-Nielsen, Tripod Capital
- Roald Brekke, Tripod Capital
- Anita Mannes, Connect West
- Kimberly Larsen, TimeToRIOT

THEORIES

What is Charisma?

The older view of charisma centered around that "some people was born with charisma". But in later years, charisma was determined to simply inspiring strong emotions in others. Charisma comes in many forms and shapes, and can be learned and utilized in both personal and organizational settings.

Personal Charisma

Personal charisma are the personal behaviors and traits that can be considered to be the building blocks of charisma. The interview-participants that were chosen because of their perceived charisma, showed high levels in the different aspects of personal charisma.

Charismatic and Transformational Leadership

These are the leadership styles that utilizes personal behaviors in the leader to increase venture performance.

Trustworthiness

Trustworthiness is one of the behaviors that an angel investor is looking for in an entrepreneur. The entrepreneurs perceived trustworthiness is determined by the level of openness and competence.

Coachability

Another important personal behavior that the angel investors look for is coachability. Coachability is the entrepreneur's ability to absorb new ideas and change their approach.

Passion

The entrepreneurial passion for product and company was described as an factor for increased chances of angel investment. Transformational leadership is the most effective style for inspiring passion in external shareholders.

FINDINGS

Findings indicate that :

Charismatic and transformational leadership styles are crucial in early, high growth ventures, but it is important to also have a rational, task focused leadership as well as the visionary and ambitious leadership form.

Trust is arguably the most important factor for angel investors, and a critical component for investment. Entrepreneurs should look into trust building behaviors

Coachability is important, but there needs to be a balance.

Some investors value passion very highly; others don't.

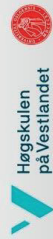
CONCLUSION

The theories and findings in this thesis indicates that personal behaviors in entrepreneurs are not insignificant , and can be the determining factor for acquiring angel investment, as well as venture performance and firm survival. More research on the subject should be condoned. Suggestions for further research are more quantitative studies on personal behaviors and angel investment, the role of personal behaviors in venture capital investments and the effect of team chemistry for attracting angel investment.

Author: Tomas Roaldsnes

Master i innovasjon og entreprenørskap
- Realfaglig master i teknologiledelse (IET)

MSc in Innovation and Entrepreneurship
- Master in Technology Management (IET)



UHO • Senter for entreprenørskap
Det matematisk-naturvitenskapelige fakultet

Data mining i banksektoren - Prediksjonsmodellering og analyse av kunder som sier opp boliglån

Data mining

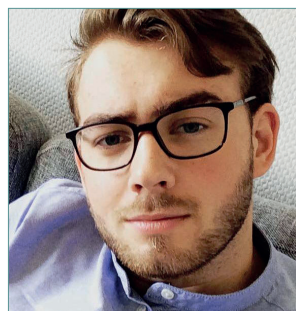
Datavitenskap

Maskinlæring

Bank

Kundeavgang

Boliglån



Fredrik Broch Elgaaen & Nicholas Mowatt Larssen

This study shows how data mining can be used in the banking sector to reduce churn among mortgage customers. A churned customer is defined as a customer who have terminated their mortgage agreement. Our contribution to reduce customer churn is divided into two key actions: predicting customers who will churn and key insights on those who churn.

In a competitive environment, a key to success is keeping your profitable customers. By applying machine learning on data from a major bank in Norway, we have shown that it is possible to predict customers who churn with a precision of 77%. After experimenting with several models we found that XGBoost turned out to be the best fit for this problem.

The customers who churn are younger and have been a customer for a shorter period of time compared to those who do not churn. In addition, they are also less wealthy and use the bank's services less in contrast to the customers who do not churn. By combining predictions with insight we believe that customers in risk of terminating their agreement can be identified at an early stage and retained with the proper measures, which in return will increase the bank's profitability.

Veileder: Olav Andreas Kvitastein, Chunyan Xie og Terje Kristensen

Data mining i banksektoren

Fredrik Broch Elgaaen & Nicholas Mowatt Larssen

INTRODUKSJON

Oppgaven tar for seg hvordan en kan bruke data mining for å oppnå konkurransemessige fortrinn i banksektoren. Vi har fått tilgang på data om boliglånskunder hos Skandiabanken og ser på kunder som har sagt opp boliglånet sammenlignet med de som ikke har sagt opp boliglånet.

PROBLEMSTILLING

Oppgaven har en hovedproblemstilling:

Hvordan kan en bruke maskinlæring og data mining til å forbedre kundebevaring i banksektoren?

Problemstillingen er videre delt inn i to delproblemer:

1. *Hvordan kan en predikere kunder som skal slutte?*
2. *Hva kjennetegner kundene som slutter?*

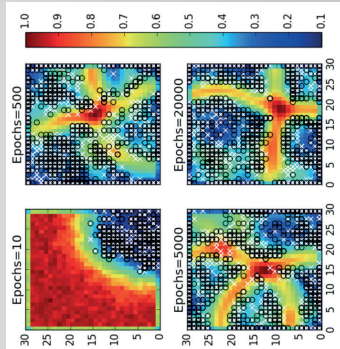
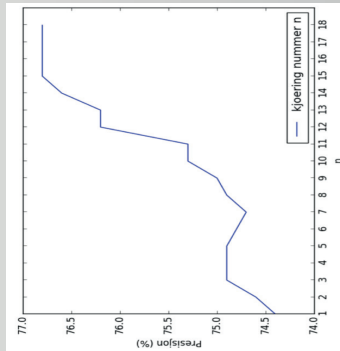
Master i innovasjon og entreprenørskap
- Realfaglig master i teknologiledelse (IET)

MSc in Innovation and Entrepreneurship
- Master in Technology Management (IET)

RESULTATER

Predikering

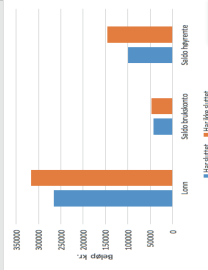
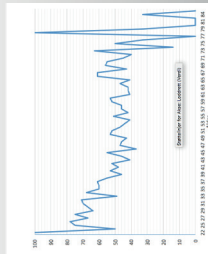
Det første vi prøvde var å ta i bruk en selvorganiserende algoritme(høyre) for å visualisere potensielle grupperinger i datasettet. Algoritmen delte settet inn i fire grupper uten å ta hensyn til om kunden hadde sagt opp lånet eller ikke. Videre forsøkte vi med flere algoritmer for å klassifisere om kunden hadde sagt opp lånet eller ikke sagt opp lånet. De to som pekte seg ut som de beste algoritmene var Random Forest med 74% og XGBoost(venstre) og 77%.



Innsikt

Kundene som slutter kjennetegnes ved at de er under 40 år og har vært kunde i banken i inntil 5 eller 8-10 år. Videre bruker kundene banken noe mindre enn de som ikke slutter, fordelt på innlogging i nett- og mobilbank og antall transaksjoner av forskjellige typer. Det siste som kjennetegner de som slutter er at de har lavere velstand. De både tjener mindre, har mindre penger på brukskonto og høyrentekonto og lavere boliglån.

GRAFER



DISKUSJON

Hvorfor vi ikke har oppnådd høyere presisjon kan kanskje begrunnes med at vi har hatt tilgang til en stor mengde data rundt bruksmønstre og transaksjoner, men lite når det kommer til menneskene bak. Attributter som utdanning, arbeidsgiver, sivilstatus og kundetilfredshet kan potensielt øke presisjonen.

KONKLUSJON

Ved å kombinere løsningene på de to delproblemene kan en forbedre kundebevaringen ved å identifisere kunder med risiko for å si opp lånet før de har inngått en avtale med en konkurrent. Innsikten vi har oppnådd gjennom studien kan brukes til å utforme strategier for å bevare både enkeltkunder og gruppene vi har funnet som mer sannsynlig til å slutte.

Høgskulen på Vestlandet



UIO • Senter for entreprenørskap
Det matematisk-naturvitenskapelige fakultet

Word of Mouth - Hvordan tilrettelegge for digitalisert WOM-kommunikasjon

Word of mouth / WOM / eWOM
Motivasjon / Troverdighet / Recit
Markedsføring / Digitalisering
Anbefalinger



Dan Endre Bigset og Magnus Røed

Formålet med denne studien er å undersøke fenomenet "Word of mouth" (WOM), som handler om kommunikasjonsprosessen der et budskap spres muntlig fra en person til en annen. Hensikten er å undersøke hva som motiverer til, og gjør WOM troverdig, for å kunne tilrettelegge for digitalisering av WOM-kommunikasjon. Resultatene og funn gjort i studien skal benyttes i videreutviklingen av selskapet og anbefalingsplattformen Recit.

Det teoretiske rammeverket som er benyttet bygger på teorier om ulike begreper som påvirker WOM-motivasjon, -troverdighet og generell anbefalingsatferd. Studien er deskriptiv og det er benyttet kvantitativ metodikk i form av en online spørreundersøkelse.

Resultatene fra studien viser at altruisme motiverer til WOM-kommunikasjon, og de mellommenneskelige relasjonene skaper WOM-troverdighet. Videre viser det seg at økonomiske insentiver har en negativ effekt på WOM-motivasjon.

Konklusjonen er at Recit må tilrettelegge plattformen slik at det vises at brukerne gir anbefalinger fordi de bryr seg om mottaker (altruisme). Det er også viktig at anbefalingen som mottas er fra personer i deres eget nettverk, altså bekjente, venner og familie (mellommenneskelige relasjoner). Recit må ikke gi brukerne økonomiske belønninger for å dele anbefalinger og primært må plattformen benytte en til en kommunikasjon i form av direkte og private anbefalinger. Utover dette er det viktig at plattformen er intuitiv og enkel, samt fungerer på tvers av ulike plattformer og digitale medier.

Veileder: Inger Beate Pettersen

Word of Mouth – Hvordan tilrettelegge for digitalisert WOM-kommunikasjon

Dan Andre Bigset og Magnus Røed
2017

Introduksjon

Formålet med studien er å undersøke fenomenet "Word of mouth" (WOM), som er kommunikasjonsprosessen der et budskap spres muntlig fra en person til en annen. Resultatene og funn i studien skal benyttes i videreutviklingen av selskapet Recit, som er en anbefalingsplattform som skal digitalisere og systematisere WOM-kommunikasjon.

Metode, utvalg og forsknings-spørsmål/problemstillinger

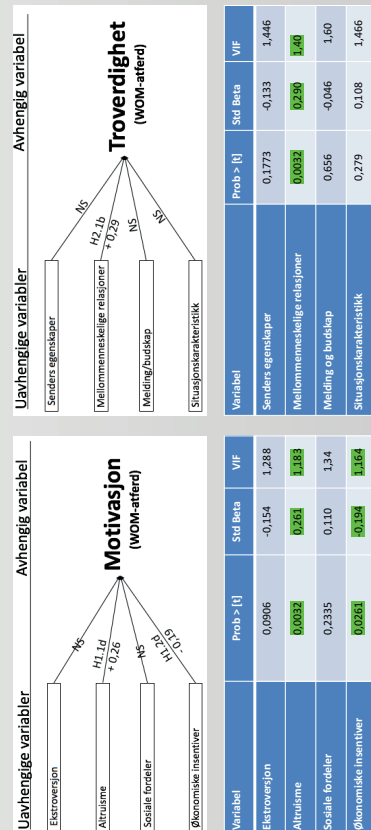
Studien er deskriptiv og det er benyttet kvantitativ metodikk i form av en online spørreundersøkelse. Utvalget er 400 ingeniørstudenter ved Høgskulen på Vestlandet (HVL).
Forskningsspørsmål:
Hvordan tilrettelegge for digitalisert WOM-kommunikasjon?
Problemstillinger:
- Hva motiverer til WOM-kommunikasjon?
- Hva oppfattes som troverdig WOM-kommunikasjon?
- Praktiske implikasjoner for Recit?

Begrepsmodeller

Motivasjon skal forklares med begrepene: Ekstroversjon, altruisme, sosiale fordeler og økonomiske insentiver.
Troverdighet skal forklares med begrepene: Senders egenskaper, mellommenneskelige relasjoner, melding/budskap og situasjonskarakteristikk.

Resultater

Resultatene fra studien viser at altruisme motiverer til WOM-kommunikasjon, de mellommenneskelige relasjonene skaper WOM-troverdighet og økonomiske insentiver har en negativ effekt på WOM-motivasjon i våre begrepsmodeller.



Respondentene liker generelt å gi og motta anbefalinger gjennom en til en kommunikasjon hvor det er de hverdagslige kategoriene underholdning, produkter og mat/drikke som anbefales hyppigst. Det viser seg at mange benytter anbefalingstjenester som TripAdvisor eller lignende, men at det er få som faktisk genererer innhold.

Konklusjon

Altruisme: Plattformen bør tilrettelegges slik at det vises at brukere gir anbefalinger fordi de bryr seg om andre og vil hjelpe.

Mellommenneskelige relasjoner: Det bør tilrettelegges og ha fokus på at anbefalingene kommer fra bekjente, venner og familie.

Økonomiske insentiver: Det må tilrettelegges slik at det ikke er mulig å få noen form for økonomiske belønninger for å dele anbefalinger.

Primært må plattformen benytte en til en kommunikasjon i form av direkte og private anbefalinger, men med mulighet for enkel toveiskommunikasjon mellom sender og mottaker.



Stikkord for bibliografisk bruk

Word of Mouth, WOM, eWOM, motivasjon, troverdighet, Recit, markedsføring, digitalisering, anbefalinger.

Master i innovasjon og entreprenørskap
- Realfaglig master i teknologiledelse (IET)

MSc in Innovation and Entrepreneurship
- Master in Technology Management (IET)

Høgskulen på Vestlandet
UIO • Senter for entreprenørskap
Det matematisk-naturvitenskapelige fakultet

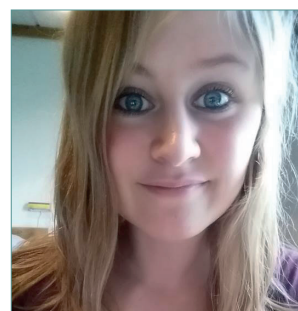
En analyse av innovasjonsmodellene til nyetablerte bedrifter innenfor helsesektoren

Innovasjon / Kunnskap / utfordringer

Nettverk / Innovasjonspraksis

INTROMAT / Organisasjonsstruktur

Innovasjonsmodell / Helse sektor



Trine Mykkeltvedt

Denne studien ser på hva som kjennetegner innovasjonsmodellene til nyetablerte bedrifter innenfor helsesektoren. Studien skiller mellom teknologidrevet innovasjon, markedsdrevet innovasjon og den interaktive innovasjonsmodellen. Studien ser på hvordan organisasjonsstruktur, kunnskap, nettverk og innovasjonspraksis påvirker bedriftenes innovasjonsmodell. Studien ser også på hvilke faktorer som har innvirkning for hvordan forskningsinstitusjoner og bedrifter samarbeider om innovasjon, og hvilke utfordringer som oppstår ved et slikt samarbeid.

Det brukes en kvalitativ casestudie som metode, hvor det er utviklet semi-strukturerte intervjuguider og deretter utført dybdeintervjuer med bedrifter og forskningsinstitusjoner tilknyttet INTROMAT-prosjektet. Casebedriftene som er med i denne studien er Attensi, Bryggen Research og Psyktools. Forskningsinstitusjonene er Universitetet i Bergen og Helse Vest.

Veileder: Stig-Erik Jakobsen



En analyse av innovasjonsmodellene til nyetablerte bedrifter innenfor helsesektoren

Trine Mykkelivedt

Introduksjon

Denne studien ser på hva som kjennetegner innovasjonsmodellene til nyetablerte bedrifter innenfor helsesektoren. Studien skiller mellom teknologidrevet innovasjon, markedsdrevet innovasjon og den interaktive innovasjonsmodellen. Studien ser på hvordan organisasjonsstruktur, kunnskap, nettverk og innovasjonspraksis påvirker bedriftenes innovasjonsmodell. Studien ser også på hvilke faktorer som har innvirkning for hvordan forskningsinstitusjoner og bedrifter samarbeider om innovasjon, og hvilke utfordringer som oppstår ved et slikt samarbeid.

Forskningsspørsmål og problemstilling

Denne studien ser på innovasjonsmodeller blant nyetablerte bedrifter innenfor helsesektoren. Det er utført en komparativ studie av tre nyetablerte bedrifter, og det er hentet inn informasjon fra ulike forskningsinstitusjoner som har vært involvert i samarbeid med bedrifter. Alle som har deltatt i studien er knyttet opp mot INTROMAT-prosjektet til Helse Bergen, hvor formålet blant annet er å kommersialisere forskningen som gjennomføres. Oppgavens hensikt er å undersøke hvordan de ulike bedriftene arbeider med innovasjon, og hvilke faktorer som fremmer og hemmer innovasjon i helsesektoren. Fokuset til oppgaven er i stor grad på bedriftenes innovasjonsmodeller, samt utfordringer ved samarbeid mellom bedrifter og forskningsinstitusjoner.

Oppgaven har følgende problemstillinger:

- Hva kjennetegner innovasjonsmodellene til nyetablerte bedrifter i helsesektoren?
- Hvilke faktorer har betydning for bedriftenes valg av innovasjonsmodell?
- Hvilke utfordringer er det knyttet til innovasjonssamarbeid mellom bedrifter og forskningsinstitusjoner?

Resultater

To av bedriftene benytter i hovedtrekk den interaktive innovasjonsmodellen, mens Psyktools for tiden retter seg mer mot marked pull modellen. Alle dimensjonene som er funnet for Attensi stemmer overens med teorien vedrørende hvilke trekk som hører til den interaktive modellen, og en kan derfor si at Attensi har en ren interaktiv innovasjonsmodell. Bryggen Research og Attensi har noen felles dimensjoner, men det er flere av dimensjonene som skiller dem fra hverandre. Bryggen Research har en organisk organisasjonsstruktur, innovasjonstypen deres er inkrementell, de har liten grad av FoU-samarbeid og middels grad av innovasjonsledelse. Dette er faktorer som minner om marked pull modellen. Derfor kategoriseres Bryggen Research som en interaktiv modell, med innslag av marked pull. Psyktools var derimot den bedriften som skilte seg mest fra de andre bedriftene i studien, da bedriften ikke har noen felles dimensjoner med den interaktive innovasjonsmodellen. Psyktools preges av en mekanisk struktur, innovasjonsmetoden styres av DUI og kunnskapen er syntetisk. Innovasjonene som oppstår i bedriften er også inkrementelle, men en får inntrykk av at dette vil endre seg når bedriften skal utvikle seg videre og bli tettere knyttet opp mot kommersialiseringsmuligheter i INTROMAT-prosjektet. Da vil også innovasjonsmodellen bli mer preget av FoU-samarbeid og ha i seg elementer fra 'teknologi push' modellen.

Denne studien har vært knyttet opp mot INTROMAT-prosjektet, og det har derfor vært interessant å rette oppgaven inn mot innovasjonssamarbeid mellom bedrifter og forskningsinstitusjoner. Gjennom oppgaven har jeg sett at bedriftene og forskningsinstitusjonene selv er positivt til samarbeid seg i mellom, og at de mener et samarbeid er fordelaktig. Det er derimot vist at det er vesentlige forskjeller som skiller bedrifter og forskningsinstitusjoner fra hverandre, og at dette skaper utfordringer ved et innovasjonssamarbeid. Det er fire hovedutfordringer som tas opp av både bedriftene og forskningsinstitusjonene; tidsbegrepet, økonomibegrepet, syn på kunnskap og deling av kunnskap. En annen utfordring som trukkes inn i henhold til samarbeid mellom partene i INTROMAT-prosjektet, er utfordring ved ulik bruk av språk og begreper.

Det er også utfordringer ved å få forskningsinstitusjonene til å kommersialisere. Begge parter er enige om at det er flere utfordringer som gjør at forskningsinstitusjoner er dårlig på kommersialisering. Utfordringer rundt dette er kultur, tradisjon og tidsaspektet. Forskningsinstitusjonene er ikke vant til å tenke kommersialisering, og det legges derfor ikke opp til dette i deres arbeidsdag. Dette er også grunnen til at forskningsinstitusjonene ikke har frigitt tid til å arbeide med kommersialisering. For å bli flinkere på å kommersialisere forskning trenger forskningsinstitusjonene mer midler, ressurser og flere samarbeid med bedrifter og miljøer.

Det trekkes også frem en viktig utfordring i helsesektoren. Det er bestemt at all utvikling og nyskaping av produkter, samt drift av IT-systemer skal skje utenfor sykehusene. Dette betyr altså at det er industrien som utvikler og produserer produkter og tjenester til sykehusene, og dette gjør at sykehusene er helt avhengig av å ha gode relasjoner til industrien. En er også avhengig av å få inn bedrifter og leverandører som er villige til å bruke tid på å sette seg inn i kundebehov og sykehusets behov, slik at en får best mulige produkter til sykehusene og til pasientene. For å oppnå dette trenger en et bedre samarbeid mellom forskningsinstitusjoner, sykehus og bedrifter. INTROMAT-prosjektet er et steg i riktig retning for å få dette til å bli en realitet, men mine analyser viser at det fortsatt er en lang vei å gå for å få til et velfungerende samarbeid mellom partene.

Master i innovasjon og entreprenørskap

- Realfaglig master i teknologiledelse (IET)

MSc in Innovation and Entrepreneurship

- Master in Technology Management (IET)

Metode og informanter

Det brukes en kvalitativ casestudie som metode, hvor det er utviklet semi-strukturerte intervjuer og deretter utført dybdintervjuer med bedrifter og forskningsinstitusjoner tilknyttet INTROMAT-prosjektet. Casebedriftene som er med i denne studien er Attensi, Bryggen Research og Psyktools. Forskningsinstitusjonene er Universitetet i Bergen og Helse Vest.

Figurer

Hvilke dimensjoner som tilhører hver av de ulike innovasjonsmodellene

Dimensjon	Teknologi push	Interaktiv	Marked pull
Organisasjonsstruktur	Mekanisk	Ambiektre	Organisk
Kunnskap	Analytisk	Analytisk og syntetisk	Syntetisk
Innovasjonsmetode	STI	STI og DUI	DUI
Nettverk	Bridging	Bridging	Bonding
Innovasjonstype	Radikal	Inkrementell og radikal	Inkrementell
FoU-samarbeid	Høy grad	Høy grad	Liten grad

Dimensjon	Attensi	Bryggen Research	Psyktools
Organisasjonsstruktur	Ambiektre	Organisk	Mekanisk
Kunnskap	Analytisk og syntetisk	Analytisk og syntetisk	Syntetisk
Innovasjonsmetode	STI og DUI	STI og DUI	DUI
Digitalisering	1 stor grad	1 stor grad	1 stor grad
Nettverk	Bonding- og bridging	Bridging	Har ikke egne nettverk
Innovasjonstype	Inkrementell og radikal	Inkrementell	Inkrementell
FoU-samarbeid	Høy grad	Middels grad	Liten grad
Innovasjonsmodell	Interaktiv	Interaktiv	Marked pull

Hvilke dimensjoner som er funnet for de ulike bedriftene, samt hvilken innovasjonsmodell hver bedrift benytter

Teknologi push	Interaktiv innovasjonsmodell	Marked pull
		

Bedriftene skissert langs et kontinuum for å illustrere hvor de ulike bedriftene sin innovasjonsmodell plasseres.

Morgendagens omsorg - En studie av to velferds- teknologibedrifter

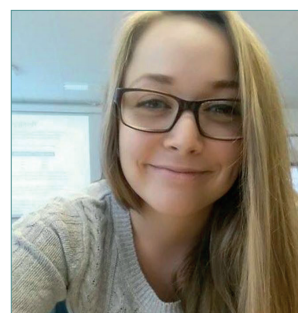
Velferdsteknologi / NPd

Agil NPd / Brukerinvolvering

Produktutviklingsprosess

Innovasjon / Helseteknologi

Produktinnovasjon



Guri Andersland

I statsbudsjettet 2017 legger regjeringen til rette for bruk av velferdsteknologi og mobil helseteknologi. Studien ser på hvordan utviklingen av velferdsteknologi gjennomføres i helse og omsorgsbransjen. Oppgaven fokuserer på hvordan bedriftene har gjennomført utviklingsprosessen, samt hvordan de har involvert kundene og testet produktet. I tillegg ser oppgaven på hvilken type velferdsteknologi bedriften benytter. Oppgaven blir bygd rundt teorien 'New Product Development'.

Oppgaven har en kvalitativ tilnærming til teamet, og det er hentet inn datamateriale gjennom seks forskjellige intervju. Casebedriftene som er med i studien er Jodacare og ContinYou. I tillegg er det gjennomført et ekspertintervju med Trude Hole.

Resultatene viser at bedriftene utvikler produktet på samme måte som det generell utviklingsteori tilsier og de har en stor grad av brukerinvolvering. Begge bedriftene startet med involvering av kunden allerede i første del av prosessen, samt de testet produktet ut ganske tidlig. Bedriftene har også hatt møter med diverse ressursgrupper for å få innblikk i hva fagfolk og brukere mener at produktet skal inneholde.

Veileder: Inger Beate Pettersen



Morgendagens omsorg

En studie av to velferdsteknologi/bedrifter
Guri Andersland

Stikkord:

Velferdsteknologi, NPD, Agil NPD, brukerinvolvering, produktutviklingsprosess, innovasjon, helsesteknologi, produktinnovasjon

Introduksjon

I statsbudsjettet 2017 legger regjeringen til rette for bruk av velferdsteknologi og mobil helsesteknologi. Studien ser på hvordan utviklingen av velferdsteknologi gjennomføres i helse- og omsorgsbransjen. Oppgaven fokuserer på hvordan bedriftene har gjennomført utviklingsprosessen, samt hvordan de har involvert kundene og testet produktet. I tillegg ser oppgaven på hvilken type velferdsteknologi bedriften benytter seg av. Oppgaven blir bygd rundt teorien 'New Product Development'.

Statsminister Erna Solberg uttaler i et intervju med Dagens Næringsliv i 2017 at hun tror hvis Norge klarer å være i front i utviklingen av velferdsteknologi, vil det ha stor betydning for norsk økonomi. Solberg uttaler videre:

«[...] mye av denne teknologien kan bidra til at folk kan klare seg bedre selv, leve et bedre liv, være syk med en kronisk sykdom, men likevel klare å mestre hverdagen sin. [...] Teknologien kan gi en trygghet og man kan bruke personressursene på en mye mer målrettet måte»

Forskningspørsmål

Oppgaven har tatt for seg følgende hovedproblemstilling:

- Hvordan gjennomføres utviklingen av velferdsteknologi rettet mot helse- og omsorgsbransjen?

Oppgaven fokuserer videre på enkelte deler av utviklingsprosessen og utforsker derfor følgende underproblemstillinger:

- Hvilken type velferdsteknologi benytter bedriften?
- Hvordan benytter bedriften seg av testing?
- Hvordan involverer bedriftene kundene/brukerne?

Hovedfunn

Proessen til bedriftene:

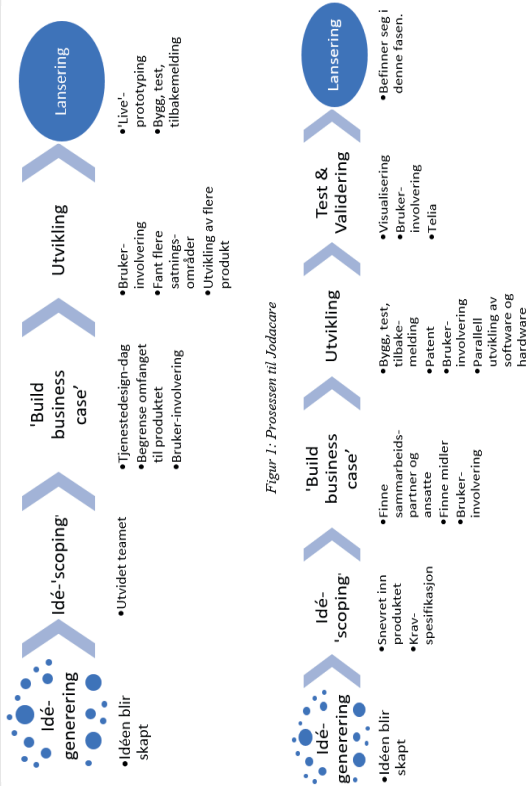
Resultatene viser at bedriftene utvikler produktet på samme måte som det generell utviklingsteori tilsier og de har en stor grad av brukerinvolvering. Prosessen til bedriftene er skissert under i figur 1 og 2.

Benyttelse av testing og brukerinvolvering:

Gjennom prosessen ser man at Jodacare og ContinYou har involvert brukerne i flere av fasene. Første gang brukerne ble involvert var i 'build business case' fasen og deretter utviklingsfasen. Jodacare involverte så brukerne i lanseringsfasen. ContinYou fortsatte å involvere brukerne i test- og valideringsfasen. Videre ser man at ContinYou har benyttet seg av testing i de fasene de involverte brukerne. Jodacare startet med testingen da de begynte med utviklingen av produktet og fortsatte i lanseringsfasen. Bedriftene har også hatt møter med diverse ressursgrupper for å få innblikk i hva fagfolk og brukere mener at produktet skal inneholde.

Teknologien til bedriftene:

Selv om produktene som bedriftene lagde var nokså ulike, hadde begge bedriftene fokus på å lage trygghetsskapende teknologier. Jodacare sitt sluttprodukt er en kommunikasjonskanal for helsepersonell og familien til mennesker med behov for omsorgstjenester. Produktet er trygghetsskapende siden det gir økt trygghetstøelse og gir brukeren en mulighet til å motivere ensomhet. ContinYou sitt sluttprodukt er en helseklokke som gir oversikt, trygghet og frihet for brukeren, påførende og omgivelsene. Produktene kan kategoriseres som både trygghetsskapende- og velfæretsteknologier, da produktet gir en økt trygghetstøelse og teknologien bidrar til at mennesket er mer bevisst på egen helse og forbereder hverdagslige gjøremål.



Sammenligning av to bedriftscase

Ved første blick er hovedforskjellen at Jodacare gikk direkte fra utviklingsfasen til lanseringsfasen.

Går man dypere inn i prosessene til bedriftene, ser man at begge bedriftene fikk sin idé fra en hendelse i livet. Videre har begge bedriftene brukt idé-scoping- og 'build business case'-fasen til å fastsette hva de skulle gjøre videre i prosessen, som å finne samarbeidspartnere og begrense omfanget til produktet. Frem til utviklingsfasen er bedriftene nokså like. Men man ser at ContinYou sin utviklingsfase er mye lengre enn Jodacare sin. Dette knyttes opp mot forskjellen i produktene. ContinYou har et fysisk produkt, og dette gjør at de må ha et større fokus på materialvalg gjennom prosessen, noe som gir lengre utviklingstid. En annen stor forskjell er at jo nærmere ContinYou kommer lanseringsfasen, dess viktigere er det at produktet stemmer overens med kundenes ønsker og behov. Det er vanskeligere for ContinYou å gjøre store endringer på produktet sent i prosessen, enn det er for Jodacare. Dette ser man igjen da Jodacare hadde en kort utviklingsfase, hoppet over test- og valideringsfasen og gikk direkte til lanseringsfasen.

Studieobjekt

Oppgaven har en kvalitativ tilnærming til teamet, og det er hentet inn datamateriale gjennom seks forskjellige intervju. Casebedriftene som er med i studien er Jodacare og ContinYou. I tillegg er det gjennomført et ekspertintervju med Trude Hole.

Jodacare sitt produkt er en app med formål å styrke menneskeverdet til personer med demens, personer med nedsatt funksjonsevne og deres relasjon til helsepersonell og egen familie. De ser at det er vanskelig for påførende å få daglig informasjon om hverdagen til personer med demens eller en annen form for nedsatt funksjonsevne. Jodacare sitt produkt har truffet markedet så bra at de våren 2017 ble invitert med statsminister Erna Solberg på statsbesøk til Kina.

ContinYou sitt produkt er en klokke, og formålet med produktet er å la kundene få ro i sjelen. Målet med produktet er å sørge for at eldre kan bo lengre hjemme. De ønsker dessuten å lette arbeidspresset for hjemmesykepleien, samt å spare samfunnet for store beløp. I oppstartsfasen tok gründeren kontakt med Telia for å kjøpe bedriftsabonnementet til sine ansatte. Gründeren kom i kontakt med selgeren og fikk i tillegg et tilbud om samarbeid. Telia skal bistå ContinYou med markedsføring, salg og distribusjon av produktet.

Master i innovasjon og entreprenørskap

- Realflaglig master i teknologiledelse (IET)

MSC in Innovation and Entrepreneurship

- Master in Technology Management (IET)



Høgskulen på Vestlandet



UIO Senter for entreprenørskap
Det matematiske-naturvitenskapelige fakultet

En øl, takk! - En kvalitativ studie av innovasjon og vekst ved norske håndverksbryggerier

Innovasjonsevne / Kunnskap

Kunnskapsbase / Nettverk

Vekst / Absorpsjonsevne

Håndverksbryggerier

Amund Stramrud



Denne oppgaven studerer hvilke faktorer som påvirker vekst og innovasjon ved norske håndverksbryggerier. Studien har tatt utgangspunkt i faktorene kunnskap, nettverk og innovasjonsevne, og hvordan disse har sammenheng med vekst og innovasjon ved bryggeriene. Metoden som har blitt benyttet er kvalitativt casestudie, der datagrunnlaget baserer seg på dybdeintervjuer med tre ulike håndverksbryggerier. Respondentene er en av gründerne i sine respektive bryggerier. Casebedriftene i studiet er Lysefjorden Mikrobryggeri, Voss Bryggeri og Balder Brygg.

Veileder: Natalia Mæhle

En øl, takk! – Innovasjon og vekst ved norske håndverksbryggerier

Amund Stramrud

INTRODUKSJON

Temaet for oppgaven er håndverksbryggerier i Norge, og faktorer som bidrar til, eller hindrer, vekst og innovasjon i bransjen. Bakgrunnen for dette valget var at jeg ønsket å studere et tema som dreier seg om hvordan næringslivet forholder seg til innovasjon, og ikke minst i en så tradisjonell bransje som håndverksbryggeribransjen.



PROBLEMSTILLING

Hensikten med denne oppgaven er å undersøke hva som bidrar til, eller hindrer, innovasjon og vekst ved norske håndverksbryggerier. For å kunne undersøke dette har jeg utarbeidet hovedproblemstillingen:

- Hvilke faktorer påvirker innovasjon og vekst ved norske håndverksbryggerier?

Videre er det ønskelig å undersøke hvilke faktorer som påvirker hverandre, og hvordan innovasjon blir utført i denne tradisjonelle bransjen. Basert på teorien er det i hovedsak to faktorer som påvirker bedrifters innovasjonsevne; kunnskap og nettverk. Bransjens hurtige vekst er også interessant, og det er grunn til å tro at håndverksbryggeriene vil se en enda større økning i konkurranse. Faktorer som påvirker vekst vil derfor også bli undersøkt. Underproblemstillingene jeg har utarbeidet tar derfor hensyn til disse faktorene, og lyder som følger:

- 1) Hvordan påvirker bryggerienes kunnskapsbase deres innovasjonsevne?
- 2) Hvordan påvirker bryggerienes nettverk deres innovasjonsevne og vekst?
- 3) Hvordan påvirkes vekst av bryggerienes innovasjonsevne?

Master i innovasjon og entreprenørskap
– Realflaglig master i teknologiledelse (IET)

RESULTAT

Hvordan påvirker bryggerienes kunnskapsbase deres innovasjonsevne?

Da bryggerienes kunnskapsbase er den samme er det ingenting som tyder på at den er avgjørende for bedriftenes individuelle innovasjonsevne. Ved å hente inn ny arbeidskraft og dermed øke sin absorpsjonsevne vil bryggeriene også kunne forbedre sin innovasjonsevne.

Hvordan påvirker bryggerienes nettverk deres innovasjonsevne og vekst?

Studien viser en sammenheng mellom bryggerienes bruk av nettverk og deres innovasjonsevne, vist i fire-felts tabellen til høyre. Funnene tyder på at nettverk bestående av sterke bånd fører til flere innovasjoner enn nettverk bestående av svake bånd. Videre synes identitetsnettverk å føre til flere innovasjoner enn strategiske nettverk for bryggerier i tidlig vekstfase. Dersom man måler vekst i bedriftenes driftsresultat i 2015, ser man en positiv korrelasjon mellom vekst og i hvor stor grad bryggeriene har benyttet seg av sitt nettverk. En av årsakene til dette er at bedriftenes nettverk bidrar med kunnskap som har en indirekte påvirkning på bryggeriets kostnader og lønnsomhet.

Hvordan påvirkes vekst av bryggerienes innovasjonsevne?

Bryggerienes vekst er knyttet til deres innovasjonsevne. Innovasjonsevnen er i sin tur påvirket av bedriftenes bruk av nettverk, hvor man også kan argumentere for at kunnskap om, eller bevissthet rundt nettverk spiller en rolle. Hvor raskt bryggeriene kan vokse er også avhengig av økonomisk investering, og følgelig om de er villige til å bli investert i. Bakgrunnen til den positive korrelasjonen mellom bruk av nettverk og bryggerienes vekst, kan ha sammenheng med at nettverket bidrar med eksternt kunnskap som har en påvirkning på bryggeriets kompetanse og ferdigheter.

METODE

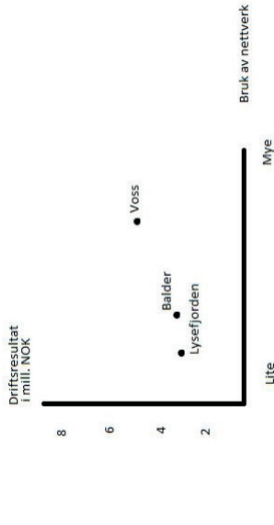
Oppgaven har blitt gjennomført ved å benytte en kvalitativ casestudie som metode. En casestudie brukes når man ønsker å se på en, eller et lite antall bedrifter, hendelser eller individer og ses ofte i et tidsperspektiv. Dette studiet har vært et singel-case studie med flere intervjuobjekter der jeg gikk dybden på få aktører og store mengder data ved disse. Bedriftene ble valgt ut på bakgrunn av kriterier vist i figuren nedenfor.

Håndverksbryggerier på Vestlandet

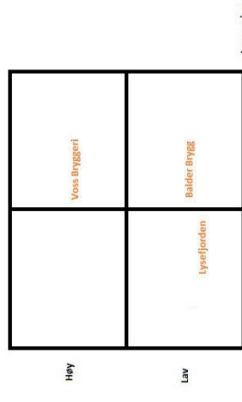


KONKLUSJON

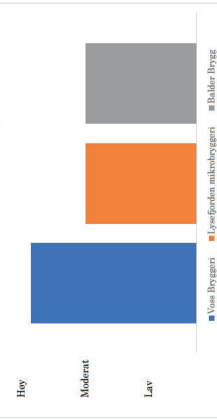
Studien viser at faktorene som påvirker vekst og innovasjon ved norske håndverksbryggerier er bruken av nettverk, og hvilken type nettverk bryggeriene er en del av. Nettverk påvirker bryggerienes kunnskap, og det er en sammenheng mellom bryggerienes nettverk og deres innovasjonsevne. Identitetsnettverk med sterke bånd gir høyere grad av innovasjon enn strategiske nettverk og svake bånd, og resulterer derfor i høyere vekst for bryggerier i tidlig vekstfase. Bryggerienes vekst er en direkte konsekvens av deres innovasjonsevne, som igjen spores tilbake til bruken av nettverk. Illustrert i figuren nedenfor.



Bruk av nettverk



SAMLET VURDERING AV VEKST



MSc in Innovation and Entrepreneurship
– Master in Technology Management (IET)

Høgskulen på Vestlandet
UIO Senter for entreprenørskap
Det matematiske-naturvitenskapelige fakultet

Innføring av Robotic Process Automation i Bergen kommune - Et kvalitativt studie

RPA / Robotic Process Automation

Automatisering / Digitalisering

Organisasjonsutvikling

Bergen kommune



Ingvild Øyen

Denne oppgaven tar for seg Bergen kommunes RPA-prosjekt. Robotic Process Automation er en type automasjon hvor en programvare kommuniserer med annen programvare på samme måte som et menneske gjør. Pilotering av RPA i Bergen kommune startet i November 2015, omtrent et år senere var første prosess i produksjon. RPA beskrives som et verktøy som skal være enkelt å bruke og utvikle nye prosesser i. På tross av dette har kommunen møtt på en del problemer underveis. Jeg lurte på hvilke faktorer som har hemmet, og hvilke faktorer som har fremmet Bergen kommunes implementering av RPA så langt.

Forskningsspørsmålet mitt ledet meg til tre dimensjoner som la grunnlaget for den teoretiske delen av oppgaven: intensjon og begrunnelse, organisering, og teknologi. Gjennom observasjon, intervju, dokumentanalyse og dialog identifiserte jeg 13 funn.

Blant faktorer som positivt har påvirket kommunens implementering av RPA er arbeidet som tidligere har vært lagt ned i digitaliseringssatsing og at kommunen vektlegger at de ikke ønsker en nedbemanning. Kommunen har hele tiden forholdt seg til det som virksomhetsutvikling fremfor et rent it-verktøy. Ved å ha en ustrukturert beslutningsprosess har prosjektet hatt den fleksibiliteten den har trengt for ikke å stagnere. Kommunen har brukt media på en god måte og funnet smarte løsninger på lisensiering.

Faktorer som har hemmet innføring av RPA, som har gjort at kommunen har brukt lengre tid enn antatt inkluderer at det har vært en ustrukturert prosess med utilstrekkelig kommunikasjon mellom aktørene. Kommunen har ventet med å utvikle forvaltningen og kartleggingen har vært krevende. Utvikling i Sikker sone vært svært tidkrevende og medført en rekke utfordringer som følge av sikkerhets- og personvernkrav.

Veiledere: Åge Garnes og Tom Skauge

Robotic Process Automation i Bergen kommune

Ingvild Øyen

FORSKNINGSPØRSMÅL

Hvilke faktorer hemmer og fremmer Bergen kommunes implementering av RPA?

INTRODUKSJON

Denne oppgaven tar for seg Bergen kommunes RPA-prosjekt. Pilotering av RPA i Bergen kommune startet i November 2015, omtrent ett år senere var første prosess i produksjon. RPA beskrives som et verktøy som skal være enkelt å bruke og utvikle nye prosesser i. På tross av dette har kommunen møtt på en del problemer underveis.

Jeg ønsket å undersøke hvilke faktorer som har hemmet kommunens arbeid med RPA, og hvilke faktorer som har fremmet prosessen. Gjennom observasjon og grounded theory valgte jeg tre dimensjoner å undersøke:

- intensjon og begrunnelse,
- organisering,
- og teknologi.

TEORI

For å kartlegge Bergen kommunes implementering av RPA og svare på forskningsspørsmålet mitt *hvilke faktorer hemmer og fremmer Bergen kommunes implementering av RPA* valgte jeg tre dimensjoner: intensjon og begrunnelse, organisasjon, og teknologi.

Innen intensjon og begrunnelse har jeg valgt ut teori innen beslutningstaking og organisasjonsutvikling. Dimensjonen om organisasjon baserer seg på ressursbasert og institusjonsbasert teori, beslutningstaking og organisasjonsutvikling. Den teknologiske dimensjonen består av tidligere forskning publisert om Robotic Process Automation.

Master i innovasjon og entreprenørskap
- Realfaglig master i teknologiledelse (IET)

RESULTAT

Oppgaven startet med et ønske om å lære mer om RPA og om organisasjoner som bruker denne teknologien. Jeg fikk kontakt med Bergen kommune som er i en oppstartsfasen med RPA. De ønsket en evaluering av sitt prosjekt fra en nøytral aktør, og prosessen sin sett med nye øyne. Basert på tilgang til dokumenter, intervjuobjekt, observasjon og løpende dialog utformet jeg et eksplorativt studie med en *bottom-up* tilnærming til teorien. Jeg kom frem til 13 funn, sortert etter dimensjon:

Intensjon og begrunnelse

1. Bergen kommune satser på digitalisering
2. Kommunen ønsker å flytte ressurser til "de varme hendene"

Organisering

1. Beslutningsprosessen har vært ustrukturert
2. Aktørene har vært preget av den ustrukturerte beslutningsprosessen
3. Forvaltning av RPA har vært en utfordring å få på plass
4. Prosess-kartlegging har vært krevende
5. Kommunen forholder seg til det som virksomhetsutvikling
6. Medias fremstilling har både positive og negative følger
7. Brukerne er fornøyd

Teknologi

1. Uenighet om RPA egner seg for kommunen
2. Utvikling i sikker sone har ført til en rekke utfordringer
3. Robotbegrepet er misvisende
4. Smart løsning på lisensiering

Fremmende faktorer

Det pågående digitaliseringsfokus og arbeidet representanter for Seksjon for Digitalisering og Innovasjon har gjort for å spre fordelene med RPA ut til enhetene har vært svært viktig. Både kommunikasjon gjennom media og intern kommunikasjon i kommunen har vært benyttet.

Den ustrukturerte prosessen har også vært en styrke som har gitt prosjektet fleksibiliteten det trenger for å lykkes. Det er helt nødvendig for organisasjoner å ta beslutninger som ikke er rutinebasert for å kunne tilpasse seg utviklingen i samfunnet.

For hver prosess som blir automatisert tar kommunen med seg nyttige erfaringer til neste prosjekt, og kan videre tilpasse forvaltningsplanen og kartleggingen etter dette.

Hemmende faktorer

Kommunen er på et vippepunkt med hensyn til å få flere automatiserte prosesser ut i produksjon. Foreløpig har prosessene tatt lang tid å kartlegge og utvikle, men mye tyder på at de faktorene som har hemmet fremgangen så langt har vært engangskostnader forbundet med å få "maskineriet" opp å gå.

Funnene mine tilsier at følgende faktorer har hemmet kommunens arbeid med RPA; utilstrekkelig kommunikasjon med IT-ressurser og brukere, misvisende robot-begrep, tidlig utvikling i sikker sone, og krevende RPA-forvaltning og prosesskartlegging.

METODE

I arbeidet med valg av metode har målet har vært å velge forskningsmetoder som effektivt gir pålitelig informasjon for å svare på oppgavens problemstilling. Jeg har gjennomført et case-studie med Bergen kommune som case. For å undersøke forskningsspørsmålet mitt har jeg i basert meg på en kombinasjon av teori og empiri.

Ved å bruke *grounded theory* har jeg hatt en *bottom-up*-tilnærming hvor jeg har gått ut tidlig og gjennomført observasjon. Dette førte meg til 3 dimensjoner jeg ønsket å se forskningsspørsmålet mitt i lys av, som videre ledet meg til valgene jeg har tatt i teorikapitlet og gitt meg frihet til å velge teori basert på empirien og ikke motsatt.

For datainnsamling har jeg hatt en triangulerende tilnærming hvor jeg har gjennomført 5 intervju, 5 observasjoner, hatt 8 dialogmøter, samt gjennomgått 8 dokument (interne og offentlige).

ROBOTIC PROCESS AUTOMATION

På tross av at "Robotic Process Automation" kan gi et bilde av fysiske roboter som utfører menneskelige jobber, er RPA en programvarebasert løsning. Det betyr at en "robot" tilsvarer en programvarelisens. RPA betyr vanligvis at en konfigurerer programvaren til å utføre en jobb tidligere utført av mennesker. RPA-programvare passer spesielt godt i prosesser hvor mennesker tar input fra ett sett av systemer, og prosesserer disse ved hjelp av regler via andre systemer.

Robotic Process Automation er et relativt nytt felt, og forskningen bærer preg av dette. Fung (2014) har funnet ni arbeidsmengdekaraktistikker for prosesser som passer RPA:

- (1) Høyt volum av transaksjoner, (2) Høy verdi av transaksjoner, (3) Hyppig tilgang til flere system, (4) Stabile omgivelser, (5) Begrenset menneskelig innblanding, (6) Begrenset unntaksbehandling, (7) Manuelle IT-prosesser utsatt for feil eller "re-works", (8) Enkel nedbryting til klare IT-prosesser (9) Klar forståelse av manuelle kostnader.

Om RPA konfigureres riktig skal den arbeide bedre, raskere og billigere enn en ansatt (Willcocks og Lacity, 2016).

Referanser:
Fung, H.F. (2014) Criteria, use cases and effects of information technology process automation (ITPA). *Advances in Robotics & Automation* [Internet]. 3: 124. DOI: 10.4172/2168-4695.1000124
Willcocks, L.P., og Lacity, M.C. (2016) *Service Automation, Robots and The Future of Work*. Stanford-upon-Avon: Steve Inkooks Publishing

 **Høgskulen på Vestlandet**
 **UiO • Senter for entreprenørskap**
Det matematiske-naturvitenskapelige fakultet

Confronting Disruptive Innovations - a case Study of Statoil's Business Unit New Energy Solutions

Disruptive innovations

Disruptive business models

New energy solutions

Hanne Vabø Sæle og Marit Eggen

Increasing climate challenges has led to stronger governmental policies and regulations, as well as enhanced demand for sustainability. Technological developments in renewable energy solutions has led to improved profitability and applicability of these technologies, imposing a challenge for incumbent firms in the oil and gas industry. This thesis has been an explorative study of Statoil's business unit New Energy Solutions (NES) in the context of the energy transition towards a low carbon future. The aim of this study has been threefold; (i) to uncover the rationale of the establishment of NES and the strategic option pursued by Statoil, (ii) to examine how new energy solutions can be designated as disruptive innovations, and (iii) how organizational elements in NES promotes or inhibits Statoil's ability to benefit from disruptive innovations. This thesis shows that new energy solutions can be designated as disruptive innovations for Statoil, and that when confronted by these Statoil pursued a strategy with ambidextrous characteristics. NES, as their acting response was found to constitute organizational elements that may promote a successful response to disruptive innovations. However, lack of autonomy in the unit was found to be the most prominent inhibitor for this success.

Veiledere: Åge Garnes og Tom Skauge



Confronting Disruptive Innovations – a case Study of Statoil’s Business Unit New Energy Solutions

Marit Eggen and Hanne Sæle

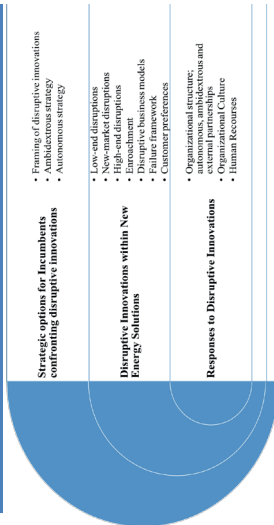
INTRODUCTION AND OBJECTIVES

Increasing climate challenges has led to stronger governmental policies and regulations, as well as enhanced demand for sustainability. Technological developments in renewable energy solutions has led to improved profitability and applicability of these technologies, imposing a challenge for incumbent firms in the oil and gas industry. Statoil states that game-changing technologies are likely to emerge and that new entrants will disrupt the energy industry. At the same time they consider these changes as business opportunities and has an ambition to grow profitably into other sources of renewable energy. The objective of this thesis was to study the strategic response taken by Statoil when confronted by disruptive innovations within new energy solutions, why NES became the response and how organizational aspects of NES enables or inhibits Statoil's ability to benefit from disruptive innovations

RESEARCH QUESTIONS

- i) *What was the rationale and strategic choice behind Statoil's decision to establish New Energy Solutions?*
- ii) *Addressing the energy transition for climate: How can new energy solutions be disruptive innovations for Statoil?*
- iii) *What aspects of New Energy Solutions enables or inhibits the unit to act as Statoil's response towards disruptive innovations in the energy sector?*

THEORETICAL FRAMEWORK



Master i innovasjon og entreprenørskap
- Realflaglig master i teknologiledelse (IET)

MSc in Innovation and Entrepreneurship
- Master in Technology Management (IET)

FINDINGS

What was the rationale and strategic choice behind Statoil's decision to establish New Energy Solutions?
The TSB25-S processes revealed important movements in the regulatory space, technology development, customer preferences as well as novel business models for new energy solutions. The TSB25-S project participants viewed these movements as key forces driving the disruptive effects of new energy solutions, and that they could pose a major challenge for Statoil's business model. This thesis found this realization to have a shaping effect on the project participants which also influenced their proposals to the Corporate Executive Committee (CEC), and further the choice taken by the corporation to pursue the strategy of "Building New Options". The thesis findings shows that the choice of how the disruptive innovation was framed to the CEC, as both a threat and an opportunity had important implications for the degree of commitment and effort given to the business unit. Choosing this strategy gives Statoil a structure with ambidextrous characteristics, in which it attempts to simultaneously exploit the core business within oil and gas and explores new opportunities within new energy solutions. The findings of this study shows that Statoil's rationale for establishing NES was to respond to disruptive innovations within new energy solutions.

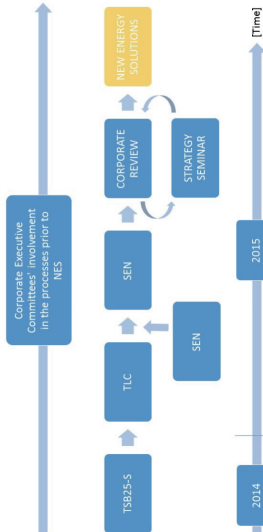
Addressing the energy transition for climate: How can new energy solutions be disruptive innovations for Statoil?
This study has found that new energy solutions can be designated as disruptive innovations for Statoil's business model in line with the theoretical definition of disruptive innovations. Considering their initial inferiority and new performance attributes, new energy solutions show similarities with both low-end and high-end disruptions. However, the most apparent similarity is with new-market disruption. In this regard new energy solutions, and PV in particular, offers other performance attributes than conventional fossil-based energy solutions, including their non-polluting nature and increased availability, not requiring any extensive infrastructure to be employed. Following increased industrialization and energy demand, new energy solutions may therefore build a market where none existed. Further accelerating this development is changing user preferences characterized by an enhanced focus on control and sustainability, and the advent of disruptive business models that can build upon the new value propositions offered by new energy solutions in a way that generate attractive profits for new entrants.

What aspects of New Energy Solutions enables or inhibits the unit to act as Statoil's response towards disruptive innovations in the energy sector?
This study has found NES to have several elements and characteristics which, according to theory, may provide the unit with the means to develop a successful response to disruptive innovations. By having subunits, such as "Ventures" and "Strategy and Innovation", with the mandate to exercise experimentation and creativity, and to make investments in start-ups and companies within the new energy landscape, is powerful means by which increased knowledge and understanding of the market-dynamics can be collected. However, compared to literature findings the analysis shows that NES lacks key elements to be able to fully exploit these structural advantages, the most prominent being incomplete autonomy in processes and values and cultural barriers, such as lack of failure acceptance. Additionally, a more extrovert approach engaging into external partnerships and hiring people with different backgrounds and entrepreneurial mind-sets, was viewed by the respondents as key to gain the appropriate knowledge and competences to prosper in the new energy solutions landscape.

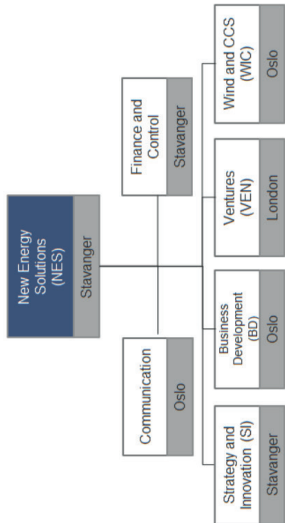
RESEARCH DESIGN AND THE OBJECT OF STUDY

This thesis has been a case study of Statoil's business unit New Energy Solutions (NES) in the context of the energy transition towards a low carbon future. The case study took on an explorative, inductive research approach, in which initial empirical data gathering together with a preliminary theoretical understanding and proposition served as the basis upon which the research questions were formed. The data material has constituted documentations, including company specific memo's and administrative documents, archival records and five semi-structured interviews.

THE TSB25-S PROCESS



NEW ENERGY SOLUTIONS



Høgskulen på Vestlandet
UIO: Senter for entreprenørskap
Det matematiske-naturvitenskapelige fakultet



Master

Innovasjon og entreprenørskap

Innovasjonssurfing på eldrebølgen



May Lisbeth Flo

Denne masteroppgaven tar utgangspunkt i Innovasjon Norge sitt «Drømmeløfte» som er en rapport om muligheter og utfordringer innenfor helse og velferd. I rapporten uttaler Innovasjon Norge at vi kan bruke den globale eldrebølgen til å lage god butikk, om vi får alle kompassilene til å peke i samme retning.

Helse og omsorgssektoren er under press for å ta imot de eldre i tiden framover og det samlede behovet for helsehjelp er i endring. Regjeringen har laget en handlingsplan for hvordan forskning og innovasjon skal styre utviklingen i helse- og omsorgssektoren. I handlingsplanen kommer det fram at et av satsningsområdene er å legge til rette for brukermedvirkning i forsknings- og innovasjonsprosesser, for å løse eldreomsorgen på en smartere måte enn i dag.

Veileder: Inger Beate Pettersen



INNOVASJONSSURFING PÅ ELDREBØLGEN

May Lisbeth Flo

INTRODUKSJON

Denne masteroppgaven tar utgangspunkt i innovasjon Norge sitt «Drømmeløfte» som er en rapport om muligheter og utfordringer innenfor helse og velferd. I rapporten uttaler innovasjon Norge at vi kan bruke den globale eldrebølgen til å lage god butikk, om vi får alle kompasspilene til å peke i samme retning.

Helse og omsorgssektoren er under press for å ta imot de eldre i tiden framover og det samlede behovet for helsehjelp er i endring. Regjeringen har laget en handlingsplan for hvordan forskning og innovasjon skal styre utviklingen i helse- og omsorgssektoren.

I handlingsplanen kommer det fram at et av satsningsområdene er å legge til rette for brukermedvirkning i forsknings- og innovasjonsprosesser, for løse eldreomsorgen på en smartere måte enn i dag.

PROBLEMSTILLING

I denne oppgaven har jeg sett nærmere på to av bedriftene som har gjort suksess på eldrebølgen, og har utviklet produkter innenfor velferdsteknologi – Assitech og Motitech. Det har vært to forskningsspørsmål, og de er som følger:

1. Hvordan foregår NPD-prosessen i utviklingen av velferdsteknologi?
2. Hvordan har gründernes entreprenørielle læring vært gjennom NPD-prosessen?

For å se på dette har jeg tatt utgangspunkt i kjent teori som «New Product Development» og LEAN for «ideell» produktutviklingsprosess. Jeg har da sett på i hvilken grad bedriftene har fulgt de ulike teoriene, og sett om det var avgjørende for å nå dit de er kommet i dag.

ASSITECH

Assitech leverer produktet AssiStep, en trygghetsskapende velferdsteknologi, som gjør det mulig for brukerne å bo lenger hjemme. AssiStep er designet for å gi ekstra støtte når en bruker går opp og ned trappen. Det består av et gelender, som fungerer som en skinne, og et håndtak festet til dette.

Møtt mange tekniske utfordringer, tidkrevende prosess, ustrukturert sammenlignet med andre prosesser. Presset til å ta valg pga. ressursmangel og har ikke kunnet undersøke alle muligheter. Skjønte tidlig at de måtte ha et modul-basert produkt for å skalere. Uerfarne og ikke stolt på egen dømmekraft til tider, men gjennom prosessen har de blitt mer trygge på seg selv. Brukte 1,5 år på å forstå problemet og hvordan bevegelseshemmede ferdes i trapp.

2011 2012 2013 2014 2015

Identifisere problem Idéfase Prototyping Testing Lansering og Salg

- Syretest: Hurtig sjekk om problemet er verdt å løse
- Rapport om fallproblematikk
- Snakket med helsepersonell
- Arbeidet parallelt med å hente informasjon og å finne løsninger
- Feedback på tegninger fra helsepersonell og brukere
- Konseptutvikling
- Utviklet iterative prototyper
- Den prototypen som var utviklet for produksjon ble mislykket, resultater som må være tilstede for å kunne lansere produktet i et år ekstra med testing.
- Videreutvikling av prototyp og videre testing mot brukere
- Mer bevisst på kritiske faktorer som må være tilstede for å kunne lansere produktet og samler inn tilbakemeldinger
- Lansering våren 2015
- Beste mye rundt og holdt demonstrasjoner på institusjoner
- Har jevnlig kontakt med kunden og samler inn tilbakemeldinger

MOTITECH

Konseptet til Motitech er motivasjon til trening gjennom produktet MOTiView på dagsentre og institusjoner.

Innenfor velferdsteknologi kan man kategorisere MOTiView som mestringsteknologi, siden produktet bidrar til å mestre brukernes egen helse og stimulere til aktivitet.

Motitech lanserte MOTiView relativt raskt etter oppstart. Noe som har vært avgjørende, siden de har løpende forbedringer av produktet på bakgrunn av tilbakemeldinger. Alle endringer gjort basert på kundebehov. Bevisst på kjerneverdien, ikke teknologien i seg selv men opplevelsen og minnefremkallingen for brukerne. Utviklingen startet med brukerne og fortsatte med brukere hele veien.

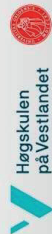
2011 2012 2013 2014 2015

Buss og Media Produktbestilling Utvikling og lansering Salg Videreutvikling

- Motitech vil i 2013 springe ut fra Buss og Media
- Buss og Media blir hyret inn for å produsere minutt for minutt filmer
- Buss og Media undersøker om de skal ta det videre, men på grunn av omstendighetene velger de å legge det litt på is.
- Gründer har nå muligheten til å ta prosjektet videre
- Etablerte Motitech i oktober
- Undersøkte hva som var suksessfaktorer fra prosjektet til Bergen Kommune
- Lanserte MOTiView i desember
- Har oppsøkt kunder og brukere med motivasjonseminarer på institusjoner
- Har vært avhengig av tett oppfølging av kunder og brukere for videreutvikling av MOTiView
- Har ikke drevet med utgående salg av betydning siden 2014
- Har hatt fokus på å forstå behovet til kunden og at forholder ikke stopper i det de kjøper lisens – varme salg

Master i innovasjon og entreprenørskap
- Realflaglig master i teknologiledelse (IET)

MSc in Innovation and Entrepreneurship
- Master in Technology Management (IET)



UIO : Senter for entreprenørskap
Det matematiske-naturvitenskapelige fakultet

METODE

Denne oppgaven har blitt gjennomført som et multi-case studie, der datagrunnlaget er basert på dybdeintervjuer med to ulike oppstarts-bedrifter. Formålet med oppgaven har vært å undersøke hvordan bedriftene har arbeidet med NPD-prosessen, og hvordan de har lært gjennom arbeidet. Disse målene kan ikke kvantifiseres, da det dreier seg om hvordan enkeltindivider handler og tenker. Oppgaven har derfor hatt en kvalitativ tilnærming.

Det har blitt gjennomført til sammen 7 dybde-intervjuer, alle med varighet rundt en time. Av hensyn til studiebedriftens tid var det hensiktsmessig at intervjuene foregikk ansikt til ansikt. Da avstanden var betydelig mellom mitt studiested og bedriftenes kontorer fikk jeg i tillegg muligheten til å sitte en arbeidsdag hos hver bedrift, og kunne derfor også observere hvordan de arbeidet.

ENTREPRENØRIELL LÆRING

Brukerinvolvering tidlig i prosessen har vært avgjørende, observasjon og brukertesting som viktig kilde. Begge bedriftene har opplevd feilsteg som har bidratt til økt kunnskap. Bedriftene har fått hjelp og ressurser gjennom Innovasjon Norge. Copes teori for entreprenøriell læring, med «learning by doing» og «learning through crisis» sammenfaller med bedriftenes læringsprosesser.

Alphabet (Google), Apple and Facebook: A new era of innovation leadership?

Innovation management / Innovation leadership
Information technology (IT) / Technology management
Apple / Alphabet / Google / Facebook
Continuous innovation / Radical innovation
Incremental innovation / Artificial intelligence (AI)
Machine learning / Big data
Organizational ability / Community

Ole Fredrik Hegdal

The purpose of this research paper is to map and explore how innovation is led in information technology companies. This study develops an inductive theory and model for innovation leadership in IT companies. In this explorative multiple case study, we will examine how Alphabet (Google), Apple and Facebook lead innovation. This research suggests that innovation leadership in the case companies fundamentally differs from traditional leadership models. This study identifies four interconnected elements of innovation leadership in IT companies: people, community, organizational ability and technology. Based on this research, it is my clear recommendation that organizations understand the complex nature of innovation and hence innovation leadership. Facing emerging technologies, such as big data and artificial intelligence, I will also recommend that decision makers rethink both innovation and the role of innovation leadership in their company.

Veiledere: Olav Andreas Kvitastein og Torstein Nesheim





A new era of innovation leadership?

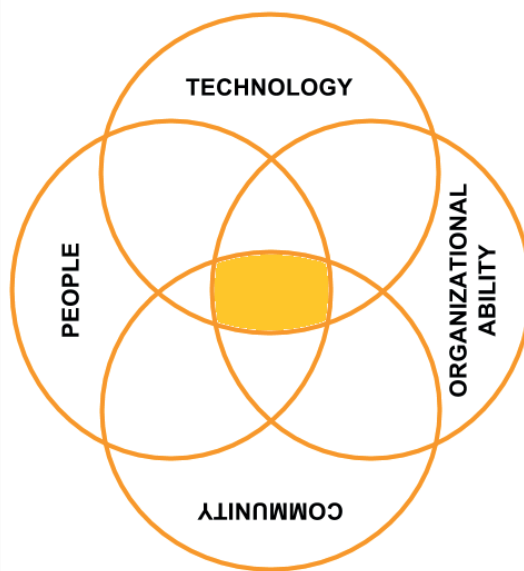
INTRODUCTION

Times are changing. Rapidly. In the first quarter of 2017, the four most valuable companies in the world are Apple, Alphabet (former Google), Microsoft and Amazon.com. 10 years ago, however, the list was dominated by oil and gas, and banking companies.

This is the innovation driven data economy. An economy where the most valuable car manufacturer in the US is Tesla, sometimes called computers on wheels. A society where IT arguably is the technology with the strongest impact. A time where Silicon Valley and not Wall Street are where leaders are looking for inspiration. In this time, and in this explorative multiple case study, we will examine how Alphabet (Google), Apple and Facebook lead innovation.

ABSTRACT

The purpose of this multiple case study is to map and explore how Alphabet (Google), Apple and Facebook lead innovation. This research suggests that innovation leadership in the case companies fundamentally differs from traditional leadership models. This study identifies four interconnected elements of innovation leadership in IT companies: people, community, organizational ability and technology.



FINDINGS

PEOPLE. The case companies hire creative technology experts that love to learn, at all levels in the organization.

COMMUNITY. Innovation in these companies is about building a purpose driven community with the willingness to innovate. A community where innovation is everybody's job.

ORGANIZATIONAL ABILITY. Identified five areas of organizational ability that an innovation leader can influence: collaboration, learning, decision making, structure and culture.

TECHNOLOGY. Big data and artificial intelligence are embedded in most aspects of both the innovation process and the innovation outcome in these companies. Innovation in IT companies are human innovation, co-creation between human intelligence and computers, and artificial intelligence that innovates on its own.

RESEARCH QUESTION

How to lead innovation in IT companies in the innovation driven data economy?

1. Map and explore how IT companies build an arena for innovation
2. Explore how IT companies innovate on this arena
3. Explore key elements to how emerging technologies influence innovation leadership in IT companies

THEORETICAL AND MANAGERIAL IMPLICATIONS

Based on this research I recommend that organizations understand the complex nature of innovation and innovation leadership. Decision makers needs to understand each of the four interconnected dimensions of innovation leadership; people, technology, organizational ability and community, and how they can work to improve them.

Tilrettelegging for innovasjon i klyngeprosjekter

Innovasjon / Klynger

Regionale klynger

Åpen og lukket innovasjon

Sosial capital / Innovasjonsmodell

Nettverksstyringsstrategi

Digitalisering / Bærekraft

Tilrettelegging innovasjon

Kim Kristoffersen og Katinka Bratland

Næringsklynger er ansett som et kjerneelement for økonomisk vekst og innovasjon. Videre har regisserte politiske programmer blitt påstått å føre til klyngeutvikling, og at de med passende politiske ambisjoner kan spille en stor rolle i regional utvikling. Formålet med studien er å undersøke hvordan klynger best kan legge til rette for innovasjon for sine medlemmer. Der vi har valgt å fokusere på hvordan de regionale og næringsmessige faktorene rundt en klynge påvirker deres tilrettelegging for innovasjon. Ved tilrettelegging for innovasjon har vi lagt til grunn fire nettverksstyringsstrategier: strukturell, relasjonell, kognitiv og politisk. Studien har en kvalitativ forskningsmetode hvor det er hentet inn data fra ti dybdeintervjuer, med klyngelederne og klyngemedlemmer. I studien er det gjort funn som tilsier at det ikke foreligger en universal fremgangsmåte for hvordan klyngeprosjekter best kan legge til rette for innovasjon.

Veileder: Jens Kristian Fosse



Tilrettelegging for innovasjon i klyngeprosjekter

Katinka Søvik Bratland og Kim Kristoffersen

SAMMENDRAG

Næringsklynger er ansett som et kjerneelement for økonomisk vekst og innovasjon. Videre har registrerte politiske programmer blitt påstått å føre til klyngeutvikling, og at de med passende politiske ambisjoner kan spille en stor rolle i regional utvikling. Formålet med studien er å undersøke hvordan klynger best kan legges til rette for innovasjon for sine medlemmer. Der vi har valgt å fokusere på hvordan de regionale og næringsmessige faktorene rundt en klynge påvirker deres tilrettelegging for innovasjon. Ved tilrettelegging for innovasjon har vi lagt til grunn fire nettverksstrategier:

- strukturell, relasjonell, kognitiv og politisk. Studien har en kvalitativ forskningsmetode hvor det er hentet inn data fra ti dybdeintervjuer, med klyngelederne og klyngemedlemmer. I studien er det gjort funn som tilsier at det ikke foreligger en universal fremgangsmåte for hvordan klyngeprosjekter best kan legges til rette for innovasjon.

Problemstillinger

- Underproblemstilling 1:
«Hvordan regionale og næringsmessige karakteristika fungerer som premiss for tilrettelegging av innovasjon i klyngeprosjekter?»
- Underproblemstilling 2:
Hvordan tilrettelegger klyngeprosjektene, NCE Media og NCE Seafood, for innovasjon gjennom deres nettverksstrategier?
- Hovedproblemstilling:
«Hvordan kan klyngeprosjekter best legges til rette for innovasjon for sine medlemmer?»

TABELLER

Nettverksstrategi	NCE Seafood			Cross over
	Struktural	Relasjonell	Strategisk	
Nettverksstrategi	- Informasjonsnettverk - Business MBA - Open Industries - AMT REAP - Business Survey - Japan partnership	- Årlig partnership - Entrepreneurship i - Partnerships, med - adapert workshop - Stemmen i et samfunn - Adaptive co- - Adaptive co- - Adaptive co-	- Business - Business - Business - Business - Business - Business	- Business - Business - Business - Business - Business - Business
	- Business - Business - Business - Business - Business - Business	- Business - Business - Business - Business - Business - Business	- Business - Business - Business - Business - Business - Business	- Business - Business - Business - Business - Business - Business
	- Business - Business - Business - Business - Business - Business	- Business - Business - Business - Business - Business - Business	- Business - Business - Business - Business - Business - Business	- Business - Business - Business - Business - Business - Business

Tabellene viser

Kategorisering av de undersøkte klyngenes innovasjonsaktiviteter. Samt en tabell for å kategorisere regionale næringsklyngers etablering og utvikling.

Nettverksstrategi	NCE Media			Cross over
	Struktural	Relasjonell	Strategisk	
Nettverksstrategi	- Business - Business - Business - Business - Business - Business	- Business - Business - Business - Business - Business - Business	- Business - Business - Business - Business - Business - Business	- Business - Business - Business - Business - Business - Business
	- Business - Business - Business - Business - Business - Business	- Business - Business - Business - Business - Business - Business	- Business - Business - Business - Business - Business - Business	- Business - Business - Business - Business - Business - Business
	- Business - Business - Business - Business - Business - Business	- Business - Business - Business - Business - Business - Business	- Business - Business - Business - Business - Business - Business	- Business - Business - Business - Business - Business - Business

Tabellene viser

Master i innovasjon og ledelse
- Samfunnsfaglig retning (MIL)

Master in Innovation and Management
- Social science track (MIL)

Praksisfellesskap, kunnskapsdeling og kunnskapsanvendelse i Statens Vegvesen

Praksisfellesskap

Kunnskapsdeling

Kunnskapsanvendelse

Aksjonsforskning

Læring

Læringsprosess

Innovation manag

Arja Erdal og Ingjerd Kristine Løkke-Lie

Denne masteroppgaven undersøker hvordan et praksisfellesskap for nye ledere, kan bidra til kunnskapsdeling og kunnskapsanvendelse i Statens Vegvesen. Vårt case har vært lederutviklingskurset for nye ledere i Statens Vegvesen. Som aksjonsforskere samlet vi inn data gjennom kursperioden. I tillegg gjennomførte vi kvalitative dybdeintervjuer i etterkant av kurset. Funnene i denne studien viser at lederutviklingskurset som et praksisfellesskap, la til rette for kunnskapsdeling ved å skape tillit og et felles repertoar blant deltakerne, samt gjennom temaer og øvelser som bidro til at deltakerne delte erfaringer og kunnskap med hverandre. Videre viser studiens funn, at deltakerne anvendte kunnskap som de anså som nyttig, eller som de erfarte at fungerte. Studien kommer også med forslag til å utvide begrepet kunnskapsanvendelse, til å inkludere endring i mentale modeller, uten at det foregår endring i handling eller atferd. Studien omhandler også en læringsprosess, ved at vi som aksjonsforskere fikk jobbe tett med kursholderne, og bidra til refleksjon og diskusjon som førte til læring. Denne læringsprosessen kan generaliseres fra studien, og kan dermed benyttes i flere deler av Statens Vegvesen, samt i andre organisasjoner.

Veileder: Jens Kristian Fosse





PRAKSISFELLESSKAP, KUNNSKAPSDELING OG KUNNSKAPSANVENDELSE I STATENS VEGVESEN

ARJA ERDAL OG INGJERD K. LØKKE-LIE

OPPSUMMERING

Masteroppgaven undersøker hvordan et praksisfellesskap for nye ledere, kan bidra til kunnskapsdeling og kunnskapsanvendelse i Statens Vegvesen.

Vårt case er lederutviklingskurset for nye ledere i Statens Vegvesen. Kurset ble gjennomført i perioden september 2016 til januar 2017, og bestod av tre samlinger.

I vår rolle som aksjonsforskere koblet vi sammen handling, refleksjon, teori og praksis gjennom felles deltakelse, for deretter å finne gode løsninger på de problemene eller utfordringene deltakerne og kursholderne stod overfor. Vi ga tilbakemeldinger til kursholderne mellom samlingene, som førte til at de endret oppsett, innhold og oppgaver til den påfølgende samlingen. Våre tilbakemeldinger og endringstiltak fikk også virkning i andre deler av Statens Vegvesen.

I etterkant av kurset gjennomførte vi kvalitative dybdeintervjuer.

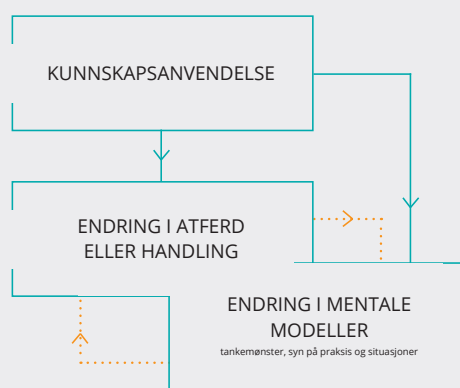
PROBLEMSTILLING

Hvordan kan et praksisfellesskap for nye ledere bidra til kunnskapsdeling og kunnskapsanvendelse i Statens Vegvesen?

- Hvordan kan lederutviklingskurset være et praksisfellesskap for nye ledere i Statens Vegvesen?
- Hvordan kan lederutviklingskurset bidra til kunnskapsdeling for nye ledere i Statens Vegvesen?
- Hvordan kan lederutviklingskurset bidra til kunnskapsanvendelse for nye ledere i Statens Vegvesen?

VIKTIGSTE FUNN

- Lederutviklingskurset, som vi fulgte kan kategoriseres som et praksisfellesskap.
- Kurset la til rette for kunnskapsdeling ved å skape tillit og et felles repertoar blant deltakerne, samt gjennom temaer og øvelser som bidro til at deltakerne delte erfaringer og kunnskap med hverandre.
- Deltakerne anvendte kunnskap som de anså som nyttig, eller som de erfarte at fungerte.
- Studien kommer også med forslag til å utvide begrepet kunnskapsanvendelse, til å inkludere endring i mentale modeller, uten at det foregår endring i handling eller atferd.
- Studien viser en læringsprosess, ved at vi som aksjonsforskere jobbet tett med kursholderne, og bidro til refleksjon og diskusjon som førte til læring.
- Denne læringsprosessen kan generaliseres og kan benyttes i flere deler av Statens Vegvesen, samt i andre organisasjoner.



Modell som viser en utvidet forståelse av begrepet kunnskapsanvendelse.



Læringsmekanismer for kunnskapsdeling og læring mellom prosjekter, i enoperatørbedrift i petroleumsbransjen: Anvendelse og utfordringer

Kunnskapsdeling

Organisasjonslæring

Læring mellom prosjekter

Prosjektbaserte organisasjoner

Hybrid organisasjonsstruktur

Caroline Fjellanger Cook og Veronica Paulsen Sæther

Dette studiet har sett på hvilke læringsmekanismer som praktiseres, for kunnskapsdeling og læring mellom prosjekter i en operatørbedrift, i petroleumsbransjen. Det har blitt studert to ulike prosjekttypene, der hensikten har vært å se om det finnes forskjeller mellom disse. Videre har det blitt undersøkt hvilke utfordringer som kan oppstå ved bruk av læringsmekanismene. Bedriften som er undersøkt, kombinerer prosjektbasert organisering med varige løpende oppgaver. En slik organisatorisk kontekst er lite behandlet i tidligere forskning. Derfor kan dette studiet anses som unikt i sin karakter. For å svare på problemstillingen, ble det gjennomført et kvalitativt studie, med semi-strukturerte intervjuer av 8 prosjektledere og -medarbeidere i bedriften. Funnene viser at prosjekttypene bruker alle de tre læringsmekanismene som er fremmet av Zollo og Winter (2002), men det er store forskjeller mellom de ulike prosjekttypene. Studiet trekker frem fem hovedfunn: 1) Kapitalprosjekter har vært distansert fra driftsorganisasjonen, og har hatt manglende forståelse for deres behov. 2) Distanse innad i prosjekthierarkiet har ført til kommunikasjonssvikt. 3) Prosjekttypene har større grad av kontinuitet mellom prosjekter, enn teorien tilsier. 4) Forbedringsprosjekter har manglende formalisering av rutiner for rapportering. 5) Kunnskapsdeling gjennom relasjoner og sosialt nettverk, er en utstrakt arbeidsmetode i prosjektarbeid i bedriften. Studiet fremmer at kunnskapsartikulering er essensielt, for å lære mellom prosjekter, da kodifisering alene ikke er tilstrekkelig for læring.

Veileder: Torstein Nesheim



Læringsmekanismer for kunnskapsdeling og læring mellom prosjekter, i en operatørbedrift i petroleumsbransjen: Anvendelse og utfordringer

Caroline Cook og Veronica Sæther



Bakgrunn

I takt med petroleumsbransjens fall i oljepriser, og en markedsutvikling som byr på økt konkurranse må bedrifter være stadig mer effektive og omstillingsdyktige i sine operasjoner. Denne utviklingen har de siste årene bidratt til at prosjektarbeid har blitt en mye anvendt arbeidsmetodikk. Tidligere forskning hevder at kunnskapsdeling og læring mellom prosjekter er utfordrende. Dette er blant annet fordi prosjektets midlertidige karakter gjør at kunnskapen fra prosjekter forsvinner. Dagens utfordringer knyttet til lave oljepriser, gjør at det blir viktigere for bedrifter i petroleumsbransjen å ha god evne til å integrere individuell kunnskap inn i bedriften. Særlig er dette avgjørende da bransjen i dag står overfor et generasjonsskifte.

En stor andel av petroleumsbransjens ansatte vil innen kort tid pensjoneres. Faren ved dette er at deres kunnskap og erfaringer, som er opparbeidet gjennom mange år, vil forsvinne. Mange bedrifter mangler en strategi for kunnskapsdeling. Hvis bedriften har en bevisst praksis for å gjennomføre kunnskapsdeling og læring, kan dette bidra til å bevare forretningskritisk kunnskap, når ansatte pensjoneres seg eller slutter.

Hovedfunn og konklusjon

Funnene viser at prosjekttypene bruker alle de tre læringsmekanismene som er fremmet av Zollo og Winter (2002), men det er store forskjeller mellom de ulike prosjekttypene. Studiet trekker frem fem hovedfunn:

1) Innhente erfaring fra driftsavdelingen:
Et hovedfunn i studiet er at prosjektorganisasjonen i kapitalprosjekter har vært distansert fra driftsorganisasjonen. Et slikt skille har ført til utfordringer knyttet til kunnskapsdeling og læring i kapitalprosjekter. En årsake til dette er blant annet at prosjekter har en tendens til å «leve sitt eget liv», og det er svake koblinger til basisorganisasjonen og mellom andre prosjekter. I senere har bedriften blitt flinkere til å bruke driftsorganisasjonens kunnskap og erfaringer i prosjekter.

2) Prosjekthierarki
En annen utfordring er at ledergruppen er distansert fra prosjektene på lavere nivå i hierarkiet. Dette kan føre til at ledergruppen har liten innsikt i hvilke problemer de enkelte prosjektene står overfor. Utfordringene er ofte ikke en del av agendaen på ledersamlinger. Årsaken kan være at informasjon om utfordringene blir filtrert gjennom leddene i hierarkiet. Det blir av noen respondenter ytret et ønske om å tilrettelegge for prosjektledersamlinger, der flere nivåer i hierarkiet kan møtes.

3) Kontinuitet mellom prosjekter
Studien viser at det er større grad av kontinuitet mellom prosjekter enn litteraturen tilsier. Respondentene for studiet forteller at det er sammenlignbare løsninger i de ulike prosjekttypene. Dette gjør det mulig å bruke folk som har utført lignende arbeidsoppgaver før, og man kan dermed dra nytte av tidligere erfaringer. Prosjektene som er undersøkt er bevisst på å utnytte folks erfaringer fra tidligere prosjekter. På denne måten får man erfarne folk til å jobbe i de komplekse prosjektene, og man får folk som vet hva arbeidsoppgavene går ut på.

4) Manglende formalisering
Et annet hovedfunn for dette studiet, er at prosjektene i forbedringsinitiativet som har blitt undersøkt, har liten formalisering av rutiner for kunnskapsdeling. Det blir vektlagt at respondentene synes kunnskapsdeling og læring mellom prosjekter er viktig, men når det er lite formalisert, blir dette ofte ikke gjort. Mangel på rutiner svekker læringen mellom prosjekter. Dette er fordi det er personavhengig om man lager en avsluttende rapport for prosjektet, og bringer lærepointer videre.

5) Relasjoner og sosialt nettverk
Et siste hovedfunn er at respondentene bruker sine relasjoner og nettverk for å finne løsninger når de står overfor utfordringer. Dette har vist seg å være en utstrakt arbeidsmetode for kunnskapsdeling blant respondentene, og relasjoner og sosiale nettverk er svært viktig for å få dette til. Det kommer frem at det tar mye tid å bruke dokumenter i database for å finne løsningen på et akutt problem. Et resultat av dette er at man heller kontakter en kollega eller noen i sitt eget nettverk.

Aktivitetene som inngår i prosjekttypene som er studert er basert på avansert og kompleks teknologi. Sikker og effektiv gjennomføring og drift krever kunnskapsdeling og læring mellom prosjekter, avdelinger, fag og personer. Dette finner ikke sted av seg selv, men vil være påvirket av ledelse, organisatorisk tilrettelegging og evne til å benytte nettverk.

Studieobjekt og Problemstilling

Dette studiet hadde et ønske om å undersøke hvordan kunnskapsdeling og læring foregår mellom prosjekter i petroleumsbransjen. Studiet hadde som mål å utforske hvilke læringsmekanismer som blir brukt i to ulike prosjekttyper, i en operatørbedrift i petroleumsbransjen. Det ble studert om det er forskjeller i praksisen for kunnskapsdeling mellom de to ulike prosjekttypene. Bedriften kombinerer både prosjektbasert organisering, og varige løpende oppgaver knyttet til drift. De ulike prosjekttypene som har blitt studert er: kapitalprosjekter og forbedringsprosjekter. Kapitalprosjekter er organisert som en uavhengig prosjektorganisasjon, og omfatter komplekse leveranser. Videre har studiet sett på forbedringsprosjekter som er knyttet til kjernevirksomheten i bedriften. Disse er mindre i størrelse, og fokuserer på forbedring av den daglige driften. På bakgrunn av dette har studiet som formål å besvare følgende to problemstillinger:

P(a): *Hvilke læringsmekanismer brukes for kunnskapsdeling og læring mellom små prosjekter, og store prosjekter i Operatør AS?*

P(b): *Hvilke utfordringer møter Operatør AS ved bruk av disse læringsmekanismene?*

Studiets tilnærming er helt spesiell. Dette er fordi det finnes lite forskning på kunnskapsdeling og læring i en kontekst, der organisasjoner kombinerer prosjektbasert organisering og varige løpende oppgaver. Dermed kan det hevdes at dette studiet er helt unik i sin karakter.

Metode

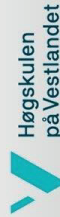
For å besvare problemstillingen har det blitt gjennomført et kvalitativt casestudie, der analyseenheten er en operatørbedrift i petroleumsbransjen. Datainnhenting har bestått av 8 semistrukturerte intervjuer. Respondentene har vært prosjektledere og –medlemmer i de to ulike prosjekttypene som er studert.

Nøkkelord

Kunnskapsdeling, organisasjonslæring, læring mellom prosjekter, prosjektbaserte organisasjoner, hybrid organisasjonsstruktur

Master i innovasjon og ledelse
- Samfunnsfaglig retning (MIL)

Master in Innovation and Management
- Social science track (MIL)



PSD2 – En driver for innovasjon og samarbeid?

PSD2 / Innovasjon

Finansteknologi / Fintech

Bank / Finans

Åpen innovasjon

Disruptiv innovasjon

Mona Andreassen Idris og Siv Bakke Eielsen

Den norske bank- og finansnæringen har på lik linje med næringslivet generelt gjennomgått store endringer. Bankene har tradisjonelt vært de viktigste aktørene når det gjelder penger og betalingsformidling. Digitalisering og teknologiske endringer har de siste årene har ført til dramatiske skifter i form av hvordan betalinger gjennomføres. Små og store teknologiskapskaper, også omtalt som fintechs, har i større grad begynt å levere digitale finanstjenester. Slike endringer har resultert i et økt behov for å gjøre betalingstjenester tryggere. Januar 2018 trer EU-direktivet PSD2 i kraft, og skal regulere tilbydere av betalingstjenester gjennom et felles europeisk rammeverk, samt fremme innovasjon og økt konkurranse. Direktivet vil medføre store forandringer for næringen da det pålegger bankene å dele kundeinformasjon med tredjepartsaktører. Bankene vil miste sitt monopol på kundeinformasjon og på denne måten utfordres bankens tradisjonelle forretningsmodeller.

Dette studiet avdekker i hvilken grad norske banker og fintechs oppfatter at PSD2 vil påvirke deres organisering av innovasjon og samarbeid. Det fremkommer likheter og forskjeller mellom de ulike aktørene, men våre hovedfunn tilsier at PSD2 kan anses som en viktig faktor til disruptive innovasjoner. Direktivet kan dermed påvirke aktørenes forhold til innovasjon, organisering, tilpasning og samarbeid.

Aktørene demonstrerer blant annet et innovasjonsarbeid preget av læring og kunnskapsgenerering. De fleste bankene viser til endringsvillighet gjennom bruk av ekstern kompetanse og kunnskap for å være konkurransedyktige i det forespeilede markedet. Samarbeid fremstår som sentralt for å kunne hevde seg i det konkurranseutsatte markedet hvor fintechene fremstiller noe mer åpne innovasjonsmodeller enn bankene.

Veiledere: Inger Beate Pettersen, Ole Jakob Bergfjord og Ole Andreas Brekke

PSD2 - En driver for innovasjon og samarbeid?

Mona Andreassen Idris og Siv Bakke Eielsen

INTRODUKSJON

Den norske bank- og finansnæringen har på lik linje med næringslivet generelt gjennomgått store endringer. Bankene har tradisjonelt vært de viktigste aktørene når det gjelder penger og betalingsformidling. Digitalisering og teknologiske endringer har de siste årene har ført til dramatiske skifter i form av hvordan betalinger gjennomføres. Små og store teknologiselskaper, også omtalt som fintechs, har i større grad begynt å levere digitale finanstjenester. Slike endringer har resultert i et økt behov for å gjøre betalingstjenester tryggere.

Januar 2018 trer EU-direktivet PSD2 i kraft, og skal regulere tilbydere av betalingstjenester gjennom et felles europeisk rammeverk, samt fremme innovasjon og økt konkurranse. Direktivet vil medføre store forandringer for næringen da det pålegger bankene å dele kundeinformasjon med tredjepartsaktører. Bankene vil miste sitt monopol på kundeinformasjon og på denne måten utfordres bankens tradisjonelle forretningsmodeller.

RESULTATER OG KONKLUSJON

Våre funn tilsier at både fintechene og bankene i fremtiden vil benytte seg av mer samarbeid når det gjelder teknologi, utvikling og innovasjon, og at det økende samarbeidet skyldes miljømessige dynamikker som følge av PSD2. Det fremkommer ulikheter i forhold til åpne og lukkede innovasjonsmodeller, men alle aktørene viser til, eller erkjenner, at samarbeid er sentralt for å kunne hevde seg i mer konkurransepreget marked.

Det fremkommer også ulike tilnærminger til innovasjonsarbeidet i forhold til organisering og tilpasning. Fintechene fremstår som mer utforskende enn bankene i måten de opererer på. Innovasjonsarbeidet er i stor grad organisk strukturert og mer preget av eksperimentering, søking og risikotaking. Bankene på sin side fremstiller en noe mer ambidekster og mekanisk strukturering med sentralisert beslutningstaking. Disse vil øke innovasjonsfokus ved å til dels endre på organiseringen av innovasjonsarbeidet. Aktørernes størrelse og posisjonering i markedet ble hovedsakelig ansett som fordelaktig hos begge parter da de er positive til egen størrelse og kompetanse.

I henhold til tilpasning fremkommer det at bankene er endringsvillige og har, eller er i prosessen med, å integrere, skape og rekonfigurere intern og ekstern kompetanse. Eksempelvis trekkes sammenslåing av avdelinger, organisering av innovasjonsarbeidet, bruk av konsulenter og ansettelse frem. Fintechene viser også til sterke bevis for at de er endringsvillige gjennom deres research, prøving og feiling og kommunikasjon med markedet.

På bakgrunn av dette kan vi konkludere med at PSD2 påvirker innovasjon og samarbeid i den grad at det har ført til økt fokus på organisering, tilpasning og samarbeid. Aktørene arbeider aktivt med læring og kunnskapsgenerering og viser til endringsvillighet og samarbeid for å være konkurranseedyktige i det forespeilede markedet.

PROBLEMSTILLING

Dette studiet søker å avdekke hvordan sentrale aktører innen bank- og finansnæringen i Norge oppfatter at de påvirkes av implementeringen av reguleringsdirektivet PSD2. På bakgrunn av dette utarbeidet vi følgende problemstilling:

Hvordan vil reguleringsdirektivet PSD2 påvirke innovasjon og samarbeid i bank- og finansnæringen i Norge?

Problemstillingen ble videre operasjonalisert: *I hvilken grad oppfatter sentrale aktører i næringen at PSD2 vil påvirke deres organisering av innovasjon og samarbeid?*

METODE

I dette studiet benyttet vi et eksplorativt casestudie hvor vi intervjuet tre representanter fra norske fintech-startups og seks representanter fra norske banker. Vi intervjuet en liten, tre mellomstore og to store banker. Dette mente vi ville gi oss bredde og samlet sett gi et uttrykk for aktørernes oppfatning av PSD2. Det er viktig å presisere at vi ikke på forhånd kan vite hvilken effekt PSD2 vil ha på aktørene, da direktivet ikke trer i kraft før i 2018. Det vi derimot kan slå fast er hvordan aktørene selv mener og tror reguleringsdirektivet vil påvirke.

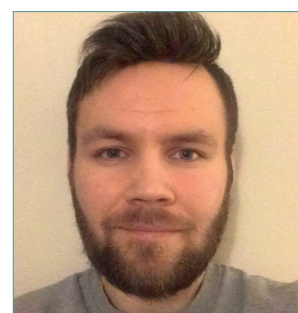
Start-ups i forsikringsbransjen i Norge - En studie om forretningsmodeller til start-ups

Forsikringsbransjen / Digitale forretningsmodeller

Start-ups / Innovasjon / Insurtech

Verdikjede / Økosystem / Kundedata

Samarbeidsformer / Digitalisering



Arild Strømmen og Marius Øxenbjerg

I denne studien har vi kartlagt forretningsmodeller til start-ups i forsikringsbransjen og undersøkt hvordan de samarbeider med etablerte aktører. For å kategorisere forretningsmodellene har vi brukt en tilpasset versjon av rammeverket til Weill og Woerner (2015). Grunnet strengere personvernlovgivninger i Europa sammenlignet med USA, har vi endret rammeverket slik at det er tilpasset konkurransevilkår til start-ups i den norske forsikringsbransjen. Ved å ta utgangspunkt i Wilson (2017) sin beskrivelse av insurtech-selskaper "selskaper som primært generer inntekt gjennom teknologi", har vi funnet et skille mellom start-ups som etablerer seg som forsikringsagenter, og start-ups som ønsker å levere teknologiske løsninger i forsikringsbransjen. De sistnevnte faller under Wilsons (2017) beskrivelse av et insurtech-selskap.

Vi har klassifisert dette skillet som forsikring start-ups og insurtech start-ups. Forsikrings start-ups har strategi om å etablere en nær kunderelasjon og opererer i en tradisjonell verdikjede. Dette er oppstartsbedrifter som gir en økende grad av åpenhet inn til forsikringsproduktene og tilbyr nye innovative måter å tilby forsikring. På lang sikt ønsker forsikrings start-ups å bli mer uavhengig av etablerte forsikringsselskap, og få innvilget konsesjon til å utarbeide forsikringsvilkår og gjennomføre skadeoppgjør selv.

Insurtech start-ups ønsker å tilby teknologitjenester i samarbeid med andre aktører i forsikringsbransjen. Samarbeid mellom insurtech start-ups og andre aktører bærer preg av et digitalt økosystem hvor selskap samarbeider om å utvikle en løsning som skal gi verdi til sluttbruker. Studien viser at insurtech start-ups ønsker å etablere en sterkere relasjon til kundene på sikt, men i stor grad er avhengig av samarbeid med andre aktører for å oppnå dette.

Veiledere: Ole Andreas Brekke og Jarle Aarstad

Start-ups i Forsikringsbransjen i Norge

Arild Strømme og Marius Øxenbjerg

BAKGRUNN OG FORMÅL

Forsikringsbransjen står ovenfor et stort skift som drives frem av ny teknologi kombinert med endring i konsumentatferd. Mangelen på digital utvikling har skapt et gap mellom forsikringstakers forventninger og tilbudet i markedet, noe som har ført til misnøye blant sluttbrukerne av forsikringsprodukter. I en ellers tradisjonell bransje med etablerte aktører, skaper dette muligheter for start-ups som vil dekke disse behovene. Vår studie skiller seg fra eksisterende forskning ved at vi ser på denne problemstillingen fra start-ups sitt perspektiv. Utgangspunktet for oppgaven er en tilpasset versjon av rammeverket til Weill og Woerner (2015) som tar for seg 4 digitale forretningsmodeller Dette innebærer:

«Hvilke forretningsmodeller kjennetegner start-ups i forsikringsbransjen i Norge, og hvordan samarbeider de med etablerte aktører»

INSURTECH

«Insurtech» blir beskrevet av Wilson (2017) som:

«Selskaper som primært bruker teknologi til å generere inntekt, direkte eller gjennom partnerskap med tradisjonelle aktører».

Master i innovasjon og ledelse
- Samfunnsfaglig retning (MIL)

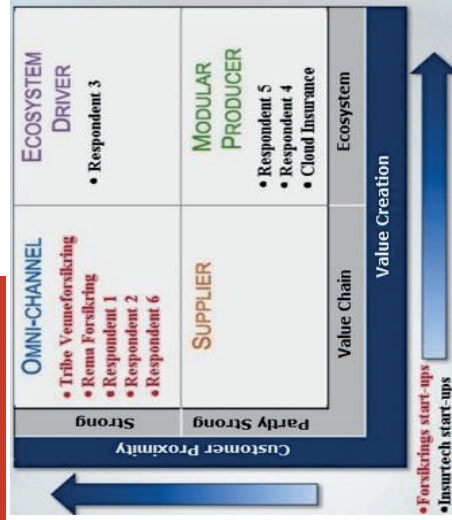
Master in Innovation and Management
- Social science track (MIL)

RESULTATER

Grunnet strengere personvernlovgivninger i Europa sammenlignet med USA, har vi laget en tilpasset versjon av rammeverket til Weill og Woerner (2015) slik det er tilpasset konkurransevilkår til start-ups i den norske forsikringsbransjen. Hovedfunnet vårt er et skille mellom to ulike typer forretningsmodeller til start-ups i forsikringsbransjen. Vi har valgt å omtale de to typene start-ups forsikrings start-ups og insurtech start-ups:

1. **Forsikrings start-ups** har strategi om å etablere en nær kunderelasjon og opererer i en tradisjonell verdikjede. Dette er oppstartsbedrifter som gir en økende grad av åpenhet inn til forsikringsproduktene og har utviklet nye innovative måter å tilby forsikring. På lang sikt ønsker forsikrings start-ups å bli mer uavhengig av etablerte forsikringsselskap, og få innvilget konsesjon til å utarbeide forsikringsvilkår og gjennomføre skadeoppgjør selv. 5/9 start-ups i denne studien kan plassere seg som omnichannels i en tradisjonell verdikjede.

2. **Insurtech start-ups** ønsker å tilby teknologitjenester i samarbeid med andre aktører i forsikringsbransjen. Samarbeid mellom insurtech start-ups og andre aktører bærer preg av et digitalt økosystem hvor selskap samarbeider om å utvikle en løsning som skal gi verdi til sluttbruker. Studien viser at insurtech start-ups ønsker å etablere en sterkere relasjon til kundene på sikt, men i stor grad er avhengig av samarbeid med andre aktører for å oppnå dette. Dette sammenfaller med Wilsons (2017) beskrivelse av et insurtech-selskap. 3/9 slike start-ups i vår studie klassifiseres som modulære produsenter som fokuserer på teknologiske løsninger som benyttes i samarbeid med forsikringsselskap eller agenter i et økosystem, mens kun 1/9 har ambisjoner som økosystemdriver.



METODEVALG

Dette er en eksplorativ studie på et område som er lite forsket på og som er i stadig utvikling. Studien bygger på en kvalitativ undersøkelsesmetode basert på 11 dybdeintervjuer, der 9 av disse er start-ups i forsikringsbransjen i Norge.

BIBLIOGRAFISKE OPPLYSNINGER

Lvert dato: 21.05.2017

Studieobjekt: Start-ups i forsikringsbransjen

Nøkkelord: Forsikringsbransjen, digitale forretningsmodeller, start-ups, innovasjon, insurtech, verdikjede, økosystem, samarbeidsformer

Subjektiv mestringsevne og selvregulering i entreprenørskap

Subjektiv mestringsevne / Entreprenør

Entreprenørskaps / Innovasjonsprosess

Self-efficacy / Selvregulering / Mål

Strategi / Plan / Aktivitet / Kontroll

Organisasjonsutvikling

Preventive motiv / Promoterende motiv

Jan Inge Karlsen Wüller

Besvarelsen undersøker hvordan subjektiv mestringsevne (self-efficacy) påvirker selvregulerende atferd og aktivitet i entreprenørskap. Tilnærming til studien er gjennom kvantitativ tidsserieundersøkelse, og kvalitative undersøkelser i form av intervju. Sekundærdata (utdrag) fra Siva survey (Mohnsenteret, 2017) ble benyttet som empirisk støtte i besvarelsen.

Studien avdekker høy grad av subjektiv mestringsevne hos entreprenør. Og høy grad av subjektiv mestringsevne forble uendret i løpet av tidsseriestudien som ble gjennomført. Studien viser tendenser til at entreprenørens egne erfaringer fremstår som de viktigste påvirkningskildene på grad av subjektiv mestringsevne. Andres erfaring fremstår som mindre viktig for entreprenøren.

Veileder: Olav Andreas Kvitastein



Subjektiv mestringsevne (Self-Efficacy) og selvregulering i entreprenørskap

Hovedproblemstilling:

Hvordan påvirker subjektiv mestringsevne selvregulering hos entreprenør?

Delproblemstilling 1:

Hvordan kan man forklare eventuell endring av grad av subjektiv mestringsevne ved vurderingsfasen (M1) og iverksettelsesfasen (M2), i sammenheng med selvregulering?

Delproblemstilling 2:

Hvordan og hvor mye påvirker de viktigste påvirkningskildene subjektiv mestringsevne hos entreprenøren?

Studiens hovedmål

Målet med studien er å frembringe ny viten rundt begrepene subjektiv mestringsevne og selvregulering i en norsk kontekst.

Hensikten er å få grunnleggende oversikt over sammenhenger, og frembringe økt forståelse for begrepene i relasjon til innovasjonsprosesser og entreprenørskap.

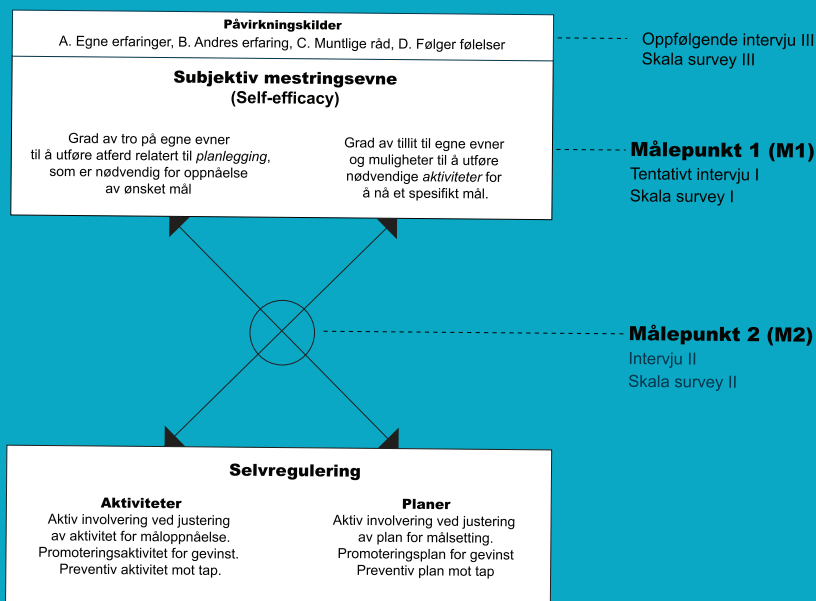
Metodetriangulering

Tilnærming til studien er gjennom en kombinasjon av kvantitativ tidsserieundersøkelse og kvalitative undersøkelser i form av intervju. Videre er det benyttet støtte empiri fra nylig gjennomført Siva rapport (Mohnsenteret, 2017). Studien er gjennomført med et pragmatisk vitenskapssyn.

Studieobjekt

Studieobjektet er en entreprenørbedrift i bergensområdet, og selskapet opererer i bygg og anleggsbransjen. Entreprenøren er i en vekstfase, og må effektivisere drifts- og administrasjonsrutiner. En enkel casestudie er gjennomført for å undersøke organisatorisk innovasjonsprosess i lys av subjektiv mestringsevne og selvregulering.

Teoretisk undersøkelsesmodell



Figur 1. Undersøkelsesmodellen er basert på teorier fra: Baron, R.A. (2012) Entrepreneurship : an evidence-based guide. Bandura, A. (1997) Self-efficacy: The exercise of control. Buss, D.M. (2010) Personality psychology. Kaufmann og Kaufmann, A. (2016) Psykologi i organisasjon og ledelse.

Resultat delproblemstilling 1

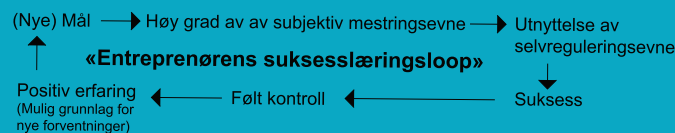
Studien avdekket høy grad av subjektiv mestringsevne, som forble uendret høy i løpet av tidsseriestudien; målepunkt 1. og målepunkt 2. Dette er sannsynligvis et tegn på at målingen er fri for optimistisk bias, og at målingen er sann.

Resultat delproblemstilling 2

Studien viser tendenser til at entreprenørens egne erfaringer fremstår som de viktigste påvirkningskildene på subjektiv mestringsevne. Andres erfaring fremstår som mindre viktig ved vurdering og beslutning av organisatorisk innovasjonstiltak.

Resultat hovedproblemstilling

Høy grad av subjektiv mestringsevne uten kognitive feil, kan påvirke selvregulering ved å gi utholdenhet ved oppgaveløsning, økt ytelse, og kan virke positivt inn på evne til improvisasjon og rask problemløsning. Effekten kan lede til at entreprenøren setter seg (nye) høyere mål, som så vil påvirke nytt planleggingsarbeid og aktiviteter (selvregulering).



Figur 2. Subjektiv mestringsevne - Selvregulering (basert på Banduras (1997) og Barons (2012) teorier)



Høgskulen
på Vestlandet

expo

Kundeengasjement på Facebook

Markedsføring i sosiale medier

Kundeengasjement

Merkesamfunn

Merkevarer

Facebook

Innholdsmarkedsføring



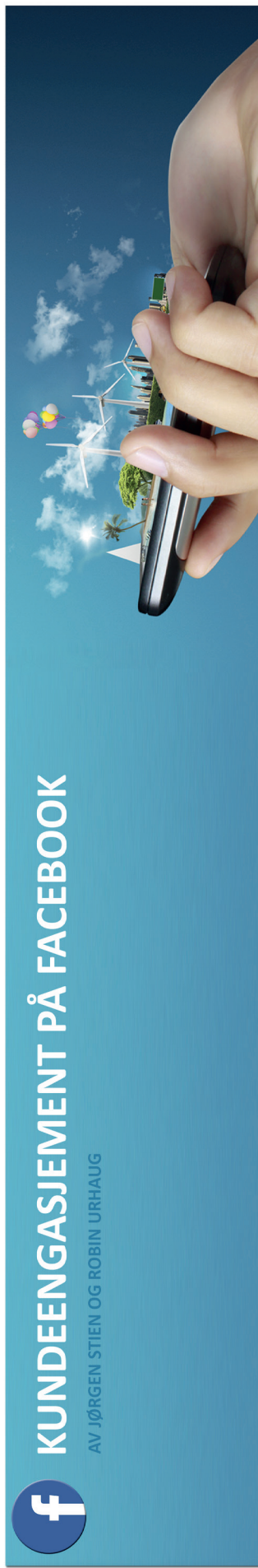
Robin Urhaug og Jørgen Stien

Hensikten med dette studiet er å oppnå innsikt i hvilket innhold publisert av merkevarer som skaper engasjement blant forbrukere på Facebook. Vi vil også undersøke om det er bransjeforskjeller i hvordan man skaper engasjement. I en forlengelse av studien vil vi også se på hvordan engasjement påvirker endring i følgere. Vi vil se på alle innleggene publisert av utvalgte bedrifter i februar måned 2017.

For å oppnå innsikt i elementene som innleggene består av har vi analysert variablene; innleggstype, medietype, hyppighet og innleggsdag. Dette for å finne ut om disse har noe å si for å skape kundeengasjement, målt i reaksjoner, kommentarer og delinger. Studien ble utført i en Multilevel mixed effects regresjonsanalyse, og har tatt utgangspunkt i 55 bedrifter med til sammen 786 observasjoner fordelt på 3 bransjer; mote, bil og dagligvarer.

Våre hovedfunn er 1) Bilde er den medietypen som skaper størst engasjement i form av reaksjoner, og video for delinger. 2) I løpet av en måned bør merkevarer publisere mellom 1-10 innlegg og fokusere på helger. 3) Engasjement påvirker endring i følgere positivt, og delinger er den mest effektive engasjementvariabelen. 5) Til slutt ser vi at det foreligger bransjeforskjeller i hvordan man skal engasjere sine følgere.

Veileder: Jarle Aarstad



KUNDEENGASJEMENT PÅ FACEBOOK AV JØRGEN STIEN OG ROBIN URHAUG	INTRODUKSJON Digital tilstedeværelse for bedrifter er blitt viktigere som følge av at forbrukere har gått fra å være passive mottakere til å aktivt oppsøke innhold. Sosiale medier er nå blitt en integrert del av bedrifters markedsførings-mix. Problemet i dag er at kundesegment i veldig liten grad velger å engasjere seg i innhold publisert av bedrifter på sosiale medier. Hensikten med dette studiet er å oppnå innsikt i hvilket innhold publisert av merkevarer som skaper størst engasjement blant forbrukere på Facebook.	RESULTATER Innleggstype Informasjon ble funnet til å gi en positiv effekt på delinger med et signifikansnivå på 5 prosent. Konkurransen ble funnet til å gi en positiv effekt på antall kommentarer med et signifikansnivå på 1 prosent. Medietype Video ble funnet til å gi en negativ effekt på reaksjoner og en positiv effekt på delinger, med henholdsvis 5 og 1 prosent signifikans. Bilde ble funnet å gi en positiv effekt på delinger med et signifikansnivå på 1 prosent. Innleggsdag Resultatene i denne undersøkelsen viser at innlegg publisert i helgene gir en positiv effekt på reaksjoner på et 1 prosent signifikansnivå. Hyppighet På hyppighet ser vi at å publisere mellom 1-10 innlegg i måneden har en sterk positiv effekt på kommentarer med et signifikansnivå på 1 prosent. Endring i følgere Engasjement i form av relasjoner, kommentarer og delinger gir en positiv effekt på endring i følgere med et signifikansnivå på 5 prosent	KONKLUSJON Målet med denne studien var å undersøke hvilket innhold publisert av merkevarer som skaper engasjement blant forbrukere i merkesamfunn på Facebook. På et overordnet nivå kan vi konkludere med at innleggstypen konkurranse påvirket engasjement positivt. Det samme gjorde medietyperen bilde som gav positiv effekt på reaksjoner, mens video gav positiv effekt på delinger. Videre viste resultatene at å publisere i helgen økte engasjementet. Til slutt så vi at den ideelle hyppigheten var på mellom 1 og 10 innlegg måneden.
	FORSKNINGSPØRSMÅL Hvilket innhold publisert av merkevarer skaper størst engasjement blant forbrukere i merkesamfunn på Facebook? H1 Innholdstype Underholdning Informasjon Tilbud Konkurranse H2 Medietype Bilde Video H3 Postetid Utsendingsdag Helg H4 Hyppighet Antall innlegg Engasjement Reaksjoner Kommentarer Delinger Bransjer Endring i følgere Konseptualisering av studiet		

Solkraft i Norge: Analyse av funksjonene i TIS - Solbære AS som case-studie

Solkraft / Teknologisk innovasjonssystem

Nasjonale innovasjonssystem / Marked

Entreprenør / Legitimitet / Solcelleteknologi

Norge / Stiavhengighet / Fornybar energi / PV

Bo-André Nese

Oppgaven svarer på problemstillingen: hvordan legge til rette for en større anvendelse av solcelleteknologi i Norge, med fokus på Solbære sin virksomhet? Med dette som utgangspunkt ønsker oppgaven å belyse den nåværende situasjonen for solkraft i Norge, ved å ta i bruk en analyse av fire aktuelle funksjoner i et TIS, samt en casestudie av Solbære AS. Teori som er blitt anvendt utover TIS, er NIS, stiavhengighet og innovasjonspolitik. Teorien danner et grunnlag for å kunne se på barrierer og muligheter for utviklingen av solkraft i Norge.

De aktuelle funksjonene er kunnskapsutvikling, markedet formes, entreprenørens rolle og legitimitet. Oppgaven tar for seg nasjonale karakteristikk som har vært gjeldende for utviklingen av det nåværende energisystemet, hvor stiavhengighet, politiske virkemidler, støtteordninger, strømpriser, kostnader, solforhold mm er i fokus. Videre er Solbære AS brukt som case-studie for å se hva som må til for å kunne overleve som leverandør av solcellesystemer på Vestlandet.

Denne oppgaven konkluderer med at bedrifter som Solbære er viktige for å modne markedet for solceller, samt skape legitimitet og kunnskapsspredning. Slik at når lønnsomhetsbildet og teknologien er forbedret vil en omstilling av energisystemet, med en implementering av solkraft, være enklere.

Veileder: Ole Andreas Brekke og Hanne Sjøvold Hansen

Solkraft i Norge: Analyse av funksjonene i TIS

Bo-André Nese

INTRODUKSJON

Ved å se på Norges nasjonale innovasjonssystem, kommer det frem hvilke faktorer som gjør utviklingen av solenergiteknologien vanskelig. Det blir her lagt vekt på at Norges økonomiske situasjon og lock-in i eksisterende energisystem, fører til lite handling i utviklingen av nye fornybare energiteknologier. I analysen av de fire funksjonene i det norske teknologiske innovasjonssystemet, blir Solbære AS også tatt med i analysen, for å vise hvordan faktorene: *bruk av virkemidler og lock-in* direkte påvirker en bedrift som driver med installasjon av solcelleanlegg i liten skala. Solen er den rikeste kilden til energi vi har, og utviklingen av solenergiteknologien er uunnngåelig, det handler om å få i gang markedet, slik at det blir skapt flere insentiver for å satse. For bedre lønnsomhet og kunnskap vil med stor sannsynlighet føre til vekst i det norske markedet, og skape nye forretningsmuligheter, samtidig som vi produserer grønn energi.

Formål

Den oppgaven handler om å analysere mulighetene Norge har for å utvikle sitt energisystem, redusere CO₂ utslipp og være med på å skape nye og bærekraftige næringsområder. For å snøvre inn analysen er det blitt valgt å bruke en casestudie, hvor en bedrift som driver med installasjon og salg av solcelleløsninger blir brukt som eksempel for å belyse hvilke barrierer man møter på i møte mellom rammebetingelser og virkelige situasjoner.

RESULTATER

Man kan konkludere med at markedet for solcellesystemer er i en tidlig, men voksende fase, hvor kunnskapsutvikling og spredning er en viktig funksjon for å skape tillit og legitimitet. Ved å se til sammenlignbare land som har brukt politiske virkemidler som innmatingstariffer, ser man at denne utviklingen har skjedd raskt. Entreprenørens rolle er også en viktig funksjon for å utvikle det teknologiske innovasjonssystemet. Det er mange ulike forretningsmodeller for å angripe de ulike utfordringene og barrierene man møter på i et slikt umodent marked. I stedet for å vente på politiske virkemidler, kan man gjennom egen forretningsmodell subsidiere kundene gjennom leasing og avtaler om egne «innmatingstariffer» ved kjøp av overskuddsstrøm.



En god mulighet for allerede nå å starte en omstilling av energisystemet, er å få i gang et marked for det. Mindre solcelleleverandører som Solbære AS, og større leverandører som Otovo kan nemlig vise seg å være nøkkelaktører i å få til en slik omstilling i fremtiden. For om man skal få i gang et marked, få med seg forbrukere må kunnskap og fokus i den offentlige arenaen bli bedre. Og ved å starte i det små, må man bedre støtteordningene for installasjon av solceller, vil man få i gang et større marked, flere kunder, solcelleleverandørene vil få flere resurser å bruke til både kunnskapsspredning og interdisiplinært samarbeid i forhold til mulighetene for å få arbeidet med større prosjekter, som kan bygge et større legitimeringsgrunnlag for en fremtidig implementering av solkraft i det nåværende energisystemet.

DISKUSJON

En større satsning på solceller i Norge blir vanskelig uten en større politisk vilje. Her kan man som tidligere nevnt bruke Tyskland som eksempel, hvor de på grunn av politisk vilje forandret hele energisystemet og nå er solkraft en stor del av deres industri og energisystem. En viktig del av denne omveltningen var legitimering, grunnet et ønske om å skape fornybar energi og et ønske om å være mindre avhengig av import av energi fra andre land. I Norge er dette legitimeringsgrunnlaget litt vanskeligere. For ja, det er store miljøgevinster som kan hentes ved å implementere solkraft i energisystemet vårt, og vi har allerede en produksjon av fornybar energi som dekker 99% av all elektrisiteten som vi bruker, det er nemlig ingen akutte faktorer som fører til en satsning på solkraft. Man kan si at vannkraft er i veien for utviklingen av andre fornybare energikilder, men den har også den store fordelene med at den kan effektivt lagre energi, noe som det er mangler på når det kommer til andre fornybare energikilder. Med solkraft trenger man ikke disse store inngrepene, man behøver heller ikke store overføringslinjer fordi energien kan bli produsert lokalt.

HYPOTESE

Hvordan legge til rette for en større anvendelse av solcelleteknologi i Norge, med fokus på Solbære sin virksomhet? Med dette som utgangspunkt ønsker oppgaven å belyse den nåværende situasjonen for solkraft i Norge, ved å ta i bruk en analyse av fire aktuelle funksjoner i TIS, samt en casestudie av Solbære AS. Teori som er blitt anvendt utover TIS, er NIS, stivhengighet og innovasjonspolitikk. Teorien danner et grunnlag for å kunne se på barrierer og muligheter for utviklingen av solkraft i Norge.

Master i innovasjon og ledelse
- Samfunnsfaglig retning (MIL)

Master in Innovation and Management
- Social science track (MIL)

Høgskulen
på Vestlandet

Dynamiske kapabiliteter – hvordan håndtere og dra nytte av omgivelser i endring

Dynamiske kapabiliteter
Teknologiske endringer
Digitalisering / Innovasjon
Omstillingsevne / Læringsevne
Markedsorientering
Konkurransefortrinn



Helene Westgaard Kvalsund og Anita Sjøseth Tordal

Denne masteroppgaven har undersøkt hvilke dynamiske kapabiliteter som er viktige for bedrifter for å håndtere og dra nytte av teknologiske endringer i omgivelsene – i mediebransjen. Oppgavens teoretiske forankring er dynamiske kapabiliteter, samt sentrale begreper som innovasjon og digitalisering. Dynamiske kapabiliteter er “Bedrifters evne til å integrere, skape og rekonfigurere intern og ekstern kompetanse for å holde følge med endrende omgivelser” (Teece, Pisano og Shuen, 1997, s. 516). Det empiriske grunnlaget er basert på fem kvalitative dybdeintervju med fire bedrifter, samt klyngelederen i NCE Media.

Bedriftens evne til å oppnå eller opprettholde konkurransefortrinn blir påvirket av interne dynamiske kapabiliteter og eksterne faktorer. De sentrale dynamiske kapabilitetene er omstillingsevne, innovasjonsevne, læringsevne og markedsorientering. Eksterne faktorer er samarbeidspartnere, nettverk, kunder, markedsdynamikk og teknologi. Vi har avdekket et tydelig skille mellom redaksjonelle- og teknologibedrifter. De redaksjonelle bedriftene opererer i moderate dynamiske markeder og har first-order dynamiske kapabiliteter. Teknologibedriftene opererer derimot i dynamiske omgivelser og har higher-order dynamiske kapabiliteter.

Veileder: Jarle Aarstad

Dynamiske kapabiliteter – hvordan håndtere og dra nytte av omgivelser i endring

Helene Westgaard Kvalsund og Anita Sjøseth Tordal



flimmerfilm



WOLFTECH
BROADCAST SOLUTIONS



INTRODUKSJON

Bedrifter i mediebransjen står overfor store utfordringer knyttet til teknologisk utvikling. Mediebedrifter må dermed tenke nytt for å skape nye inntektskilder og ny verdiskapning. For å holde følge med endringer i omgivelsene er bedriftenes dynamiske kapabiliteter spesielt viktig. Dynamiske kapabiliteter er *“Bedrifters evne til å integrere, skape og rekonfigurere intern og ekstern kompetanse for å holde følge med endrende omgivelser”*.

PROBLEMSTILLING

“Hvilke dynamiske kapabiliteter er viktig for å øke bedrifters evne til å håndtere og dra nytte av teknologiske endringer i omgivelsene – i mediebransjen?”

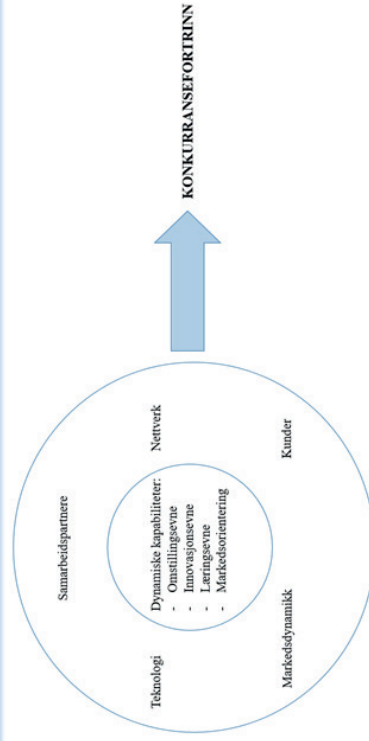
METODE

For å belyse problemstillingen har vi gjennomført en kvalitativ casestudie. Det empiriske grunnlaget er basert på fem dybdeintervju med fire bedrifter i mediebransjen, samt klyngelederen i NCE Media.

SENTRALE FUNN

Bedriftene blir i ulik grad påvirket av teknologisk utvikling. Vi har avdekket et tydelig skille mellom redaksjonelle- og teknologibedrifter. De redaksjonelle bedriftene evner å *håndtere* endringer i omgivelsene, mens teknologibedriftene i større grad evner å *dra nytte* av endringene. Det kan være et resultat av at teknologibedriftene blir mer påvirket av endringer og at de befinner seg i en tidligere fase i livssyklusen. De har dermed et større behov for å tilpasse seg omgivelsene og skape nye innovasjoner, som fører til et større fokus på endring. Studien viser at teknologibedriftene har sterkere dynamiske kapabiliteter, enn de redaksjonelle bedriftene.

Bedrifters evne til å oppnå eller opprettholde konkurransefortrinn blir påvirket av interne dynamiske kapabiliteter og eksterne faktorer. Dette er fremstilt i modellen under.



Master i innovasjon og ledelse
- Samfunnsfaglig retning (MIL)

Master in Innovation and Management
- Social science track (MIL)

 Høgskulen
på Vestlandet

PSD2: Strategi og digital tjenesteinnovasjon i DNB

PSD2 / Strategi

Konkurranssekrefter

Konkurransefortrinn

Digital tenesteinnovasjon

Internet of Things / Big Data

Maskinlæring / Økosystem

Forretningsmodeller i den digitale økonomien

Ørjan Grotle og Christer Holm

PSD2 bryter ned bankenes privilegerte posisjon. Med direktivet oppstår utfordringer på operasjonelt og strategisk nivå for banker i Europa. Denne case-studien undersøker hvordan PSD2 påvirker strategi og digital tjenesteinnovasjon i DNB. Vi har intervjuet respondenter fra ulike markedssegmenter og nivåer i DNB. Respondentene er fra personmarked, bedrifts-marked, IT-Operations og finanstilsynet. Vi har identifisert hva som er bankens sterke og svake sider, og hva som kan være markedsmessige muligheter og trusler som følge av PSD2. I studien er det gjort funn som tilsier at DNB bør bruke ny teknologi til å lære mer om kunden, og bruke innsikten til å ta kunnskapsbaserte beslutninger. Det er økt betalingsvillighet for økosystem med flere alternativer, DNB bør utvikle seg i retning av et økosystem.

Veileder: Ole Jakob Bergfjord



SAMMENDRAG

PSD2 bryter ned bankenes privilegerte posisjon. Med direktivet oppstår utfordringer på operasjonelt og strategisk nivå for banker i Europa. Denne case-studien undersøker hvordan PSD2 påvirker strategi og digital tjenesteinnovasjon i DNB. Vi har intervjuet respondenter fra ulike markedssegmenter og nivåer i DNB. Respondentene er fra Personmarked, Bedriftsmarked, IT-Operations og Finansstilsynet. Vi har identifisert hva som er bankens sterke og svake sider, og hva som kan være markedsmessige muligheter og trusler som følge av PSD2. I studien er det gjort funn som tilsier at DNB bør bruke ny teknologi til å lære mer om kunden, og bruke innsikten til å ta kunnskapsbaserte beslutninger. Det er økt betalingsvillighet for økosystem med flere alternativer, DNB bør utvikle seg i retning av et økosystem.

FORSKNINGSOBJEKT

DNB – Personmarked, Bedriftsmarked og IT-Operations.

METODE

Vår undersøkelse av hvordan PSD2 påvirker DNB er utforskende og baserer seg på en kvalitativ forskningsmetode. Studien er en case-studie av DNB og har en induktiv tilnærming. Våre data er samlet inn gjennom sekundærdata, som bedriftsrapporter og gjennom kvalitative intervjuer som er en mer interaktiv form for innhenting av primærdata. Vi har intervjuet tredjeparter fra ulike markedssegmenter og nivåer i DNB. Nøkkelinformantene er henholdsvis fra Personmarkedet, Bedriftsmarkedet og IT – Operations.

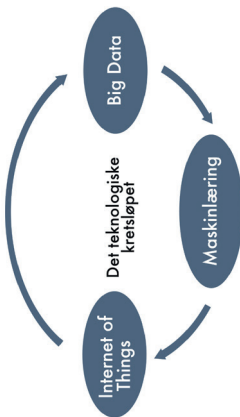
*Banking is necessary;
banks are not*

Bill Gates, 1994

Master i innovasjon og ledelse
- Samfunnsfaglig retning (MIL)

FUNN OG KONKLUSJON

Vi har identifisert hva som er bankens sterke og svake sider, og hva som kan være markedsmessige muligheter og trusler som følge av PSD2. PSD2 medfører usikkerhet og høyere konkurranse i banknæringen. Banken må utnytte midlertidige konkurransefortrinn for å bli kundens førstevalg før PSD2 åpner bankens betalingsinfrastruktur og tilløp kundedata til tredjepartsaktører. Her anbefaler vi at DNB må bruke teknologi kompetansen som en ressurs for å skape konkurransefortrinn. En reell trussel er at banker kan ende opp med å kun inneha grossist rollen og ikke detaljist rollen. For å unngå dette kan DNB prioritere digital tjenesteinnovasjon. Banken kan fokusere på å lære mer om kunden gjennom å benytte seg av Big Data. Gjennom å bruke det teknologiske kretslopet så kan de bruke denne innsikten til å ta kunnskapsbaserte beslutninger. Litteraturen argumenterer for at bedrifter som tar kunnskapsbaserte beslutninger basert på data oppnår høyere lønnsomhet enn de som ikke benytter seg av teknologien.



Det er en økt betalingsvillighet for økosystemer med flere alternativer. DNB bør derfor utvikle seg i retning av et økosystem gjennom å kombinere kjernekompetansen fra bank med den nye kunnskapen i utviklingen og arbeidet med betalingstjenesten Vipps. Et bedre økosystem vil være en mer fleksibel og spesialisert modell, som vil gi større effektivitet, bedre kundeopplevelser og reduserte kostnader. For å ikke tape inntekter og for å være i stand til å vokse må banken bygge et bedre økosystem og ikke en større bank.



Master in Innovation and Management
- Social science track (MIL)

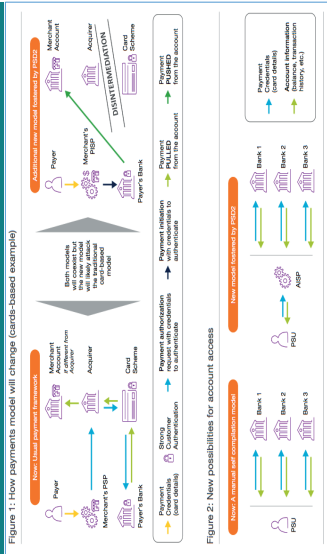
FORSKNINGSPØRSMÅL

Hvordan påvirker PSD2 strategi og digital tjenesteinnovasjon i DNB?

Hovedproblemstillingen inneholder to sentrale begreper; *strategi* og *digital tjenesteinnovasjon*. Vi bruker begrepene til å styre og avgrense vår undersøkelse av hvordan direktivet påvirker DNB. Problemstillingen kan sies å være noe kompleks. Vi har valgt å bryte den opp i følgende underproblemstillinger for å spesifisere det vi vil fokusere på.

1. *Hvordan vil PSD2 påvirke det eksterne miljøet til DNB?*
2. *Hvordan vil PSD2 påvirke det interne miljøet til DNB?*
3. *Hvordan vil PSD2 og ny teknologi påvirke digital tjenesteinnovasjon i DNB?*

HVORDAN BETALINGSTJENESTER VIL PÅVIRKES AV PSD2



STIKKORD FOR BIBLIOGRAFISK BRUK

PSD2, Strategi, Konkurransekrefter, Konkurransefortrinn, Digital tjenesteinnovasjon, Internet of Things, Big Data, Maskinlæring, Forretningsmodeller i den digitale økonomien, økosystem

Big data som en driver av innovasjon og beslutningstaking

Espen-André Svendsen

Verden blir stadig mer sammenknyttet og digitalisert etter hvert som vi beveger oss inn i den digitale alderen. Mengden teknologier og enheter som blir digitalisert og knyttet sammen gjennom nettet øker stadig. Slike teknologier og enheter avgir store mengder data. Samtidig har mengden og variasjonen av forskjellige typer data bedrifter selv kan samle inn økt gjennom teknologiutvikling. Dette kjenner vi som big data. Det er mye omtalt i populære medier, men er i liten grad utforsket i den akademiske verdenen. Likevel er det kjent at organisasjoner forsøker å utnytte disse dataene i innovasjon.

Funnene i oppgaven indikerer at faktorer som kultur, kompetanse og samarbeid med eksterne aktører kan være viktige for å fremme datadrevet innovasjon. Det ble også funnet at kulturelle faktorer kan hindre datadrevet innovasjon, samt faktorer som kompetanse dersom de ikke er til stedet.

Veileder: Natalia Mæhle



Big data som en driver av innovasjon og beslutningstaking

Espen-André Svendsen

Introduksjon

Verden blir stadig mer sammenknyttet og digitalisert etter hvert som vi beveger oss inn i den digitale alderen. Mengden teknologier og enheter som blir digitalisert og knyttet sammen gjennom nettet øker stadig. Slike teknologier og enheter avgir store mengder data. Samtidig har mengden og variasjonen av forskjellige typer data bedrifter selv kan samle inn økt gjennom teknologiutvikling. Dette kjenner vi som big data. Det mye omtalt i populære medier, men er i liten grad utforsket i den akademiske verdenen. Likevel er det er kjent at organisasjoner forsøker å utnytte disse dataene i innovasjon.

Mål og problemstilling.

Oppgaven er en til utforskende, multipel casestudie som skal undersøke hvordan dataene bedrifter bruker big data til å drive frem innovasjoner. Dette er et tema som det finnes lite empirisk forskning på fra før, knyttet opp mot innovasjon. Vi vet litt om hva, men nesten ingenting om hvordan.

Oppgaven har følgende hovedproblemstilling:

Hvordan bruker dataene bedrifter big data til å drive frem innovasjoner?

Med underproblemstillinger

- Utforske rollen til big data i innovasjon: Hvordan bruker organisasjoner en datarevet tilnærming i innovasjonsforskning?
- Finne big data sin verdi i innovasjon: Hvilke faktorer fremmer og hemmer datarevet innovasjon?

Master i innovasjon og ledelse

- Samfunnsfaglig retning (MIL)

Master in Innovation and Management

- Social science track (MIL)

Hovedresultater og konklusjon

1) Analyse som innovasjon. Prosessinnovasjoner

Organisasjoner bruker data om hvordan kundene interagerer med deres plattformer til innsikter i kundepreferanser, for eksempel hvilke produkter kunder vil foretrekke (salg og kundenservice), eller hvordan man bør skrive en artikkel for å fange oppmerksomhet (journalist). Verktøy utvikles for levere disse innsiktene til ansatte.

2) Analyse som innovasjon: Nye områder

Organisasjoner bruker tekniske kapabiliteter, som maskinlæring, for å dra innsikter ut av data de tidligere ikke har benyttet seg av. Eksempler funnet i studien er lokasjonsdata og artikler (ustruktureret tekst). Nye produkter og tjenester utvikles ved hjelp av innsiktene fra disse verktøyene.

3) Innovasjon gjennom analyse

I visse tilfeller kan big data og analyse være en del av hele innovasjonsprosessen. Funnene i studien indikerer at dette skjer når: 1) Produktet leveres gjennom en digital plattform. 2) Kundene interagerer med plattformen og dens komponenter, noe som muliggjør live innsikter fra data. 3) Man har en kultur for å benytte data til å videreutvikle plattformen på denne måten.

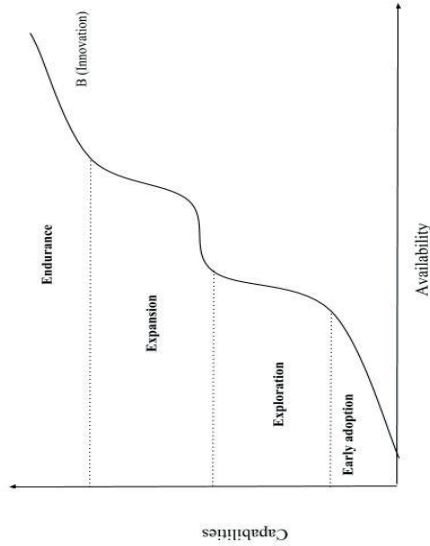
Funnene i oppgaven indikerer at faktorer som kultur, kompetanse og samarbeid med eksterne aktører kan være viktige for å fremme datarevet innovasjon. Det ble også funnet at kulturelle faktorer kan hindre datarevet innovasjon, samt faktorer som kompetanse dersom de ikke er til stedet.

Metode

Oppgaven ble designet og gjennomført som en multipel casestudie, hvor casene utfører organisasjoner som har tatt i bruk big data. Totalt ble det skaffet tilgang til tre organisasjoner. Datainnsamlingen ble utført ved hjelp av kvalitative intervjuer med beslutningstaker i hver av de tre organisasjonene. Avhengig av tilgang på kilder, ble det også hentet inn sekundærdata eller gjort en kvalitativ innholdsanalyse for å supplere datainnsamlingen gjort gjennom intervjuene.

Basert på teori gjennomgangen ble det utviklet en konseptuell modell: availability, capabilities og benefits (ABC). Dette rammeverket guidet datainnsamlingen. Modellen tar utgangspunkt i at bruk av big data foregår i stadier, hvor nye fordeler i innovasjon kan bli identifisert.

Konseptuelt rammeverk



LITTERATURLISTE

Bachelor Bergen

Amundsen, Stokkvik, Vikingstad – «Fra sjåfør til sjef» 2017
Angelvik, Goksøyr, Høysæter – «Presentasjonsmålstyring i bank» 2017
Arnøy, Hosseini, Raunholm, Voroshninga – «Nedskrivning i offshore supply bransjen i Norge» 2017
Berg, Lønning, Aanestad – «En studie av årsregnskapene til norske børsnoterte legemiddelselskap» 2017
Bruder, Grønn, Hui – «Prestasjonsanalyse av norske, aktivt forvaltede aksjefond» 2017
Bryn, Bytingsvik, Lothe, Lunde – «Hvordan har Tryg sikret at medarbeiderne støtter opp under selskapets strategiske mål om økt automatisering i skadebehandlingen?» 2017
Byrkjeland, Iversen, Olsen – «Medvirkning i endringsprosesser» 2017
Colakovic, Hellesø, Jakobsen, Mellingen – «Hvilke likheter og forskjeller eksisterer det i rekrutteringsprosessen for IT-bransjen sammenliknet med et bemanningsbyrå, og hvordan gjennomfører bedriftene en god rekrutteringsprosess?» 2017
Dyb, Ekman, Kråkevik, Ness – «Lederens håndtering av sykefravær i hjemmesykepleien» 2017
Dyrset, Kvam, Tichy, Aarra – «Verdipåvirkning ved et ERP-System» 2017
Furset, Eide, Eithun, Skorve – «Endring og innovasjon i utsatte markeder» 2017
Enger, Tvedte, Ulvang – «En studie av eventuelle samfunnsmessige konsekvenser av Uber i Norge» 2017
Espiritu, Fjellby, Johannesen – «En analyse av tidspress, leveringsservice og kostander i hjemmesykepleien» 2017
Gjermundsen, Hamborg, Hopen, Hornet – «Rapportering av alternative resultatmål» 2017
Gullbrå, Gundersen, Hals Vik – «Lageroptimalisering hos TechnipFMC» 2017
Heiberg, Johnsrud, Loven, Røse – «Bruk av regnskapsdata for å trekke konklusjoner om kommuners drift» 2017
Hossain – «The Impact of Sustainable Chain Management on Company Performance – A case study of Bangladesh Garment Industry» 2017
Johansen, Nilssen, Rashica, Willoch – «Markedsføring og ledelse – Om et mikrobryggeri i vekst» 2017
Johnsen, Larsen, Tordal, Torgersen – «Forutsetning om fortsatt drift – så informativt som det burde være?» 2017
Leirvåg, Mortensen, Vannes – «Utfordringer med planlegging for implementering av Lean» 2017
Kjelsrud, Lunde, Myhren – «Hvilke faktorer kan forklare Tieto Olje og Gass sine gode økonomiske resultater fra 2014 til 2017 gjennom nedgangstiden i oljesektoren?» 2017
Mæle, Vågslid, Weidemann – «Materialberedskap i BKK – En analyse av muligheten for reduksjon av lagernivået og forventede effekter» 2017
Pedersen, Rønnevik, Rønningen, Sørensen – «IFRS 16 Leieavtaler» 2017
Rasmussen, Risa, Sagstad, Soltvedt, Thorstensen – «Ville Statoil ASA lykkes med effektiviseringsprosjektet Organisational Efficiency dersom oljekrisen ikke hadde inntruffet?» 2017
Sandvik, Stephensen, Sjø – «Det kommunale regnskapssystemet i Norge» 2017
Skorpen, Sørli – «Logistikk i et utvalg restauranter og kaféer» 2017
Thorvaldsen – «Har rushtidsavgifta hatt en ønska virkning på trafikkmønsteret i Bergen og Kristiansand?» 2017
Thunes, Torheim, Vernang, Øberg – «Mikrobrygg på boks?» - En analyse av kundetilfredshetsmessige, økonomiske og miljømessige konsekvenser» 2017
Ullebø, Vik, Wrålsen – «Formuesskatt på utleide næringseiendom» 2017

Master

Andersland – «Morgendagens omsorg - En studie av to velferdsteknologibedrifter»
Bigset og Røed – «Word of Mouth - Hvordan tilrettelegge for digitalisert WOM-kommunikasjon»
Bratland og Kristoffersen – «Tilrettelegging for innovasjon i klyngeprosjekter»
Cook og Sæther – «Læringsmekanismer for kunnskapsdeling og læring mellom prosjekter, i en operatørbedrift i petroleumsbransjen: Anvendelse og utfordringer»
Elgaaen og Larssen – «Data mining i banksektoren - Prediksjonsmodellering og analyse av kunder som sier opp boliglån»
Erdal og Løkke-Lie – «Praksisfellesskap, kunnskapsdeling og kunnskapsanvendelse i Statens Vegvesen»
Flo – «Innovasjonssurfing på eldrebølgen»
Grotle og Holm – «PSD2: Strategi og digital tjenesteinnovasjon i DNB»
Hegdal – «Alphabet (Google), Apple and Facebook: A new era of innovation leadership?»
Idris og Eielsen – «PSD2 – En driver for innovasjon og samarbeid?»
Kvalsund og Tordal – «Dynamiske kapabiliteter – hvordan håndtere og dra nytte av omgivelser i endring»
Mykkeltvedt – «En analyse av innovasjonsmodellene til nyetablerte bedrifter innenfor helsesektoren»

Nese – «Solkraft i Norge: Analyse av funksjonene i TIS - Solbære AS som case-studie»
Roaldsnes – «The Charismatic Entrepreneur - Personal behaviors in entrepreneurs for attracting angel investment»
Stramrud – «En øl, takk! - En kvalitativ studie av innovasjon og vekst ved norske håndverksbryggerier»
Strømmen og Øxenbjerg – «Start-ups i forsikringsbransjen i Norge En studie om forretningsmodeller til start-ups»
Svendsen – «Big data som en driver av innovasjon og beslutningstaking»
Sæle og Eggen – «Confronting Disruptive Innovations - a case Study of Statoil's Business Unit New Energy Solutions»
Urhaug og Stien – «Kundeengasjement på Facebook»
Wüller – «Subjektiv mestringssevne og selvregulering i entreprenørskap»
Øyen – «Innføring av Robotic Process Automation i Bergen kommune»

Bachelor Haugesund

Alvsaker, Hellem, Seljestad – «Innførselsmerverdiavgift - Overføring av forvaltningssoppgaver fra Toll- og avgiftsetaten til Skatteetaten» 2017
Bakke, Fristad, Jacobsen, Svendsen – «Overgangen fra toppskatt til trinnsatt for personlig skattytere» 2017
Balchen, Øvstedal – «Premieavvikets effekt på økonomiske resultater i Haugesund kommune 2002-2016» 2017
Berge, Hunsbedt, Håkull, Nordvik – «Oppdrettsbransjens praksis av IAS 41» 2017
Bracci, Nyhage, Olson, Pham – «Forvaltning innen kommunale pensjonskasser» 2017
Byrknes, Endresen, Erland, Veia – «Valg av selskapsform, enkeltpersonforetak eller aksjeselskap?» 2017
Dahl, Karlsen, Turan, Undheim – «Islamsk bank» - 2017

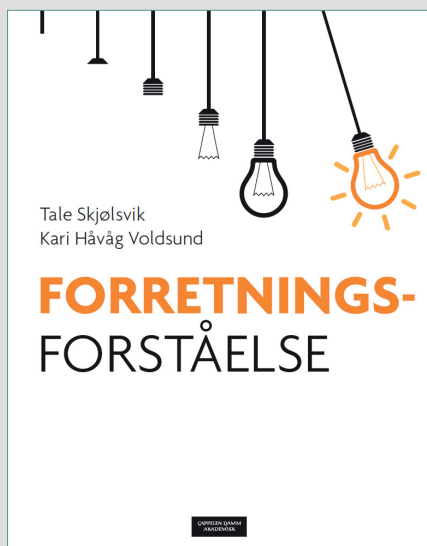
Dale, Habbestad, Johnsen «Regionalpolitiske utfordringer i utforming av finanspolitikken» 2017

Eidesvik, Høie – «Omstilling i Kystverket: vurdering av muligheter og begrensninger hos ansatte» 2017
Fossfjell, Kallekødt, Lien, Vinningland – «Verdsettelse av Jæren Olje AS» 2017
Gundersen, Strømland – «Forslag til ny norsk regnskapslov - prinsippet om fortsatt drift» 2017
Hadland, Johannesen, Melkevik, Mujkanovic – «Hva er best mulig måte for en lokal bedrift på Haugalandet å innhente kapital?» 2017
Hansen, Storesund – «Motivasjon på arbeidsplassen» 2017
Hansen-Ureta, Hasnaoui, Stautland – «Integrering av flyktninger gjennom en frivillig organisasjon» 2017
Haarr, Klakken – «Effekten av trinnsatt» 2017
Helgesen, Pedersen, Runic – «Hvordan implementere en ny måte å se kompetanse på?» 2017
Hemmingstad, Hiller – «Kvalitativt studium om risikostyring i Rogaland etter oljekrisen 2014» 2017
Hemnes, Oanes – «Velferdsteknologi - bedre omsorg for flere?» 2017
Husby – «Motivasjon til frivillig deltaking i Røde Kors» 2017
Knutsen, Lund – «Hva koster en student på HVL? En kvantitativ analyse av regnskapsstall for de siste 10 årene» 2017

Krogdahl, Sirputyte – «Regnskapsmanipulering - En studie av hvordan eksterne regnskapsførere forebygger, avdekker og håndterer regnskapsmanipulering i praksis» 2017

Naustdal, Yrkje – «Hvordan er kvaliteten på samfunnsrapportene til bedrifter notert på den norske børs?» 2017
Tiwari, Wenneck – «How microfinance can change the life of underprivileged women in developing countries» 2017

BØKER UTGITT VED INSTITUTT FOR ØKONOMISK-ADMINISTRATIVE FAG – CAMPUS BERGEN



Forretningsforståelse
978-82-024-9065-2



Etikk for beslutningstakere
978-82-023-8330-5



Fra drittdårlig til lærende
lederskap
978-82-450-1689-5



Teknologiledelse
978-82-450-2020-5



Digital forretningsforståelse
978-82-450-1359-7

INSTITUTTET LEDER OGSÅ TO NETTVERK FOR KOMPETANSE OG FORMIDLING:

www.profesjon.no
www.profesjonsetikk.no



Høgskulen
på Vestlandet

www.hvl.no





