

Digitalt førstevalg – Norge

Den norske regjeringen har en strategisk målsetning om at fornying av offentlig sektor skal være mer velferd og mindre administrasjon. Ett virkemiddel for å redusere omfanget av ressurser brukt til administrasjon, er å tilrettelegge for at borgerne skal kunne forholde seg til forvaltningen ved å benytte nettbaserte selvbetjeningsløsninger. For at dette målet skal realiseres, er det nødvendig å tenke digitalt først, ikke papir. **Digitalt førstevalg** er begrepet som den norske regjeringen benytter når de kommuniserer målsetningen om at digitale tjenester blir standard, og papirbaserte tjenester blir unntaket.

Digitalt førstevalg forutsetter en del rammebetingelser. Rammebetingelsene varierer fra land til land i det nordiske samarbeidet. Sentrale rammebetingelser som må vurderes i digitalisering av offentlige tjenester ut mot publikum er beskrevet nedenfor.

"Digital agenda Norge" Regjeringens digitaliseringsprogram som ble lansert 11. april 2012.

Regjeringens mål er at

- den statlige forvaltningen så langt det er mulig, skal være tilgjengelig på nett
- nettbaserte tjenester skal være hovedregelen for forvaltningens kommunikasjon med innbyggere og næringsliv
- en digital forvaltning skal gi bedre tjenester
- digitalisering av forvaltningen skal bidra til å frigjøre ressurser til områder hvor behovet er stort

Regjeringen har som ambisjon at Norge skal ligge i front internasjonalt i å utvikle en digital forvaltning.

Dette programmet er forankret på statsministerens kontor og skal legge føringer for videre digitalisering av norsk forvaltning. Programmet er knyttet opp til regjeringens strategi om "Digitalt førstevalg".

Rammebetingelser for digitalt førstevalg:

Infrastruktur

eID – på et sikkerhetsnivå som er tilstrekkelig for å ivareta krav til beskyttelse av personopplysninger, sikre integritet i dataene og trygghet for at man vet hvem man kommuniserer med. I tillegg må en e-ID som har tilstrekkelig utbredelse være tilgjengelig.

ID-porten tilrettelegger for innlogging til offentlige tjenester i Norge. I ID-porten er det lagt til rette for å benytte MinID, Buypass og Comfides. Alle offentlige virksomheter skal ha et risiko- og sikkerhetsnivå for sine netjtjenester. Hva slags elektronisk ID du må benytte for å logge inn til en tjeneste, kan derfor variere. MinID kan benyttes som innlogging til tjenester som er sikret på mellomhøyt nivå eller lavere (1 til 3). Buypass og Comfides kan benyttes til innlogging til tjenester på høyt sikkerhetsnivå eller lavere (1 til 4).

Sikkerhetsnivået bestemmes ut fra risikonivået til tjenesten, altså hva slags type tjenester som tilbys og hvilke konsekvenser det vil få for deg som bruker og virksomheten ved uheldige hendelser. Det er den offentlige virksomheten som selv bestemmer hvilket sikkerhetsnivå netjtjenestene deres skal ligge på. Regjeringen har definert de fire ulike risiko- og sikkerhetsnivåene

Elektronisk postkasse – en postkasse hvor elektronisk post, som f. eks vedtak og eventuelt annen kommunikasjon kan formidles på en trygg måte

Felles elektronisk postkasse hvor offentlig forvaltning kan formidle vedtak eller annen type informasjon til borgerne er ikke etablert i Norge. I tilknytning til regjeringens digitaliseringsprogram er det iverksatt arbeid med å få på plass en løsning for dette. Lånkassen har sin egen postkasse hvor vi formidler vedtak og annen informasjon til kundene. Når felles elektronisk postkasse er på plass er planen at virksomhetene i offentlig forvaltning skal benytte denne.

Bankkonto – offentlig forvaltning må ha en bankkonto som kan benyttes for utbetalinger. Det er en fordel for den enkelte virksomheten om informasjon om bankkonto som skal benyttes er lett tilgjengelig

Det er ikke etablert løsning for at borgerne kan velge en bankkonto som skal gjelde for alle betalinger fra offentlig forvaltning til borgerne.

Datautveksling mellom etater/virksomheter – gjenbruk av informasjon som allerede finnes i forvaltningen slik at borgerne oppdaterer informasjon hos aktuell dataeier, og at resten av forvaltningen henter denne informasjonen der

Det er et mål at den informasjonene som allerede finnes i offentlig forvaltning skal benyttes på tvers i forvaltningene, slik at borgeren ikke skal måtte levere samme informasjon flere steder. Foreløpig er dette løst gjennom bilaterale grensesnitt mellom de enkelte virksomhetene.

Altinn er en felleskomponent i forvaltningen som tilrettelegger for at næringslivet og borgerne (selvangivelsen) kan rapportere i ett sted også blir informasjonen distribuert til de virksomhetene som skal ha den.

Eventuelle andre forhold som må være tilstede for å få en hensiktsmessig infrastruktur for digitalt førstevalg

Det er fortsatt papir som er standard og borgerne må aktivt gi samtykke til at de ønsker digital kommunikasjon med offentlig forvaltning. Det er nå en erkjennelse at dette må snus slik at det digitale blir standard og papir unntaket.

Lovverk/jus:

Borgeres rett og plikt til digitale tjenester – bør borgerne ha anledning til å velge de dyreste løsningene i sin dialog med forvaltningen, det vil si papir? Hvilke muligheter gir lovverket til å pålegge borgerne å benytte digitale tjenester fremfor papirbaserte tjenester?

Regjeringens digitaliseringsprogram har satt fokus på denne problemstillingen. Det arbeides også innenfor den enkelte sektor for å se om det er regler som er til hinder for digitalisering av tjenestene ut mot borgerne. Digitale tjenester skal bli standard og det skal stilles krav om en aktiv handling for å få kommunikasjon med offentlig forvaltning på papir.

Gir lovverket muligheter eller er det til hinder for videre utvikling av tjenestene

Det er iverksatt arbeid på departementsnivå, hvor flere departementer sitter i en arbeidsgruppe sammen med noen få utvalgte underliggende etater, hvor oppdraget er å se nærmere på om det er behov for harmonisering av regler og lovverk, slik at hensiktsmessige digitale tjenester kan tilbys fra forvaltningen.

Personvern – hvor stor oppmerksomhet rettes mot dette i utvikling av tjenester og lovverk

Dette området har stor oppmerksomhet i Norge og forhold knyttet til dette har fått mye oppmerksomhet med tanke på å tilrettelegge sikre digitale løsninger. Utfordringene har ligget i å finne e-ID'er som har tilstrekkelig sikkerhet og utbredelse. Denne problemstillingen har bidratt til at det har vært treg tilrettelegging for tjenester som krever høyeste sikkerhetsnivå.

Tjenester

Omfang av tjenester tilgjengelig på nett – hvor stor del av virksomheten innenfor studiestøtteordningene kan betjenes av kundene ved bruk av WEB ?

Tildelingskunder

Antall i 2011–2012 per 1.5.2012: 380 869

- søknad om støtte: 92% av alle søknader om støtte var nettsøknader i 2011
- ettersende dokumentasjon elektronisk på Dine sider
- støttekalkulator
- e-post fra Dine sider
- postkasse på Dine sider hvor kundene kan logge inn og lese brev.
- status søknad og status utbetaling på Dine sider
- oversikt over omgjøring av lån til stipend og hvilken utdanning Lånekassen har fått registrert fra lærestedet
- signere gjeldsbrev elektronisk på Dine sider

Tilbakebetalere

Antall per 31.12.2011: 560 699

- søknad om betalingsutsette: 73% av alle søknader om betalingsutsettelse var nettsøknader i 2011.
- postkasse på Dine sider hvor kundene kan logge inn og lese brev.
- søknad om fast rente/avbryte fast rente og søknader om ettergivelse av lån
- se samlet gjeld, kontobevegelser, nedbetalingsplan og innbetalingsoversikt
- se regningen
- inngå eFaktura
- søknad om rentefritak
- nedbetalingskalkulator
- Finnmarksordningen, distriktsettergivelse
- ettergivelse, kvoteordningen

Lærestedene

- Lærestedene har en egen arbeidsflate på lanekassen.no. som de logger inn på.
- De fleste læresteder rapporterer elektronisk til Lånekassen
- lærestedene bekrefter opplysninger i søknadene der dette er nødvendig
- lærestedene søker om godkjenning for nye utdanningsopplegg

Lanekassen.no

- Hovedsted for informasjon til kundene: i 2011 var det 6 060 000 besøk på lanekassen.no
- Inngang til Dine sider (selvbetjeningsløsningen)

Er det utfordringer som hindrer videreutvikling?

- Sikkerhetsnivå – liten andel innbyggere har høyeste digitale sikkerhetsnivå.
- Lovverk om digital forvaltning hos de ulike instansene må harmonere/være de samme.
- Økonomi
- Datafangst hos samarbeidsparter – ikke alle vi samarbeider med er i stand til å samarbeide digitalt
- Ressurser og tid – det krever mye ressurser og lang tid å endre og utvikle store datasystemer
- Det er en stor andel kunder i alle segment som ikke leser informasjon i sikker postkasse på Dine sider. Pålogging hinder for at mange går inn i påloggingsløsningen. Kommunikasjonsmessig utfordring hvor detaljerte vi kan være i åpne kanaler (for eksempel åpen e-post og SMS).

Kundenes involvering i å utvikle tjenester og løsninger

- Brukerundersøkelser
- Brukertesting
- Lytteposter i media, kundesenter og sosiale medier

Interne prosesser

Er digitalt førstevalg inn mot administrative prosesser et tema i virksomheten, i tilfelle på hvilke områder?

I Lånekassens strategiske planer er det et mål at også interne prosesser, knyttet både til kundene og til rene administrative prosesser, skal være digitale. Lånekassen skal være papirløs ved utgangen av strategiperioden 2017.

Sosiale medier

I 2009 opprettet Lånekassen en profil på Twitter. I mai 2011 åpnet vi en facebookside for elever på videregående skole, og i januar 2012 en side for studenter i utlandet.

Hvorfor sosiale medier?

Vi fant et behov for en arene for A4-informasjon som er lettere tilgjengelig for enkelte kundegrupper; elever på videregående skole og studenter i utlandet.

Facebook og Twitter sammen med de andre tiltakene for disse kundegruppene utgjør en helhetlig informasjonspakke som gjør Lånekassen tilgjengelig i de viktigste kanalene, og hvor informasjonen i de ulike kanalene spiller sammen. Det er et uttalt mål at "... *Lånekassen i sosiale medier skal få kundene inn på lanekassen.no og Dine sider.*" I innlegg og svar på Facebook og Twitter lenker vi som regel til mer informasjon på lanekassen.no og til selvbetjeningsløsningene på Dine sier.

Siden mai/juni 2011 har i overkant av 30 000 besøk på lanekassen.no kommet fra Facebook. Dette gjør at kundene blir kjent med selvbetjeningsløsningene og at de ser at nyttig informasjon er enkel å finne på lanekassen.no. Facebook er altså med på å styrke lanekassen.no som hovedkanal for kundeinformasjon.

Mange elever og studenter har samme og relativt enkle spørsmål om stipendrett, lån og utbetalingsprosessen, på Facebook når vi ut med ett svar til mange som lurer på det samme.

Lyttepost

Facebook er ikke bare en kanal for å spre informasjon og svare på spørsmål. Sosiale medier gir Lånekassen en unik lyttepost i disse kundegruppene. Vi får målt temperaturen og får innblikk i hva disse kundene er mest usikre på når det gjelder søknadsprosessen og ordningene for stipend og lån.

Vi har lyttet til kundene gjennom kundesenteret siden 2006, og sosiale medier gir oss enda bedre innblikk i hva kundene lurer på, hva de synes er vanskelig og hva vi må informere bedre/mer/annerledes om.

Denne kunnskapen er verdifull, og vi tar den med oss inn i organisasjonen for å videreutvikle og forbedre de andre møtepunktene med denne målgruppa (innhold på lanekassen.no, brev, nettsøknad, brosjyrer blant annet).

Mål

På facebook siden for elever på videregående skole har vi 5440 "liker". 65% er mellom 13 og 17 år. Legger vi til de mellom 18 og 24 blir det 88 %. Det er en jevn kjønnsfordeling med 48% menn og 49 % kvinner. Målet er å nå 5% av kundegruppen, det vil si omtrent 9000 "liker".

På facebook siden for studenter i utlandet har vi 1740 "liker", også her treffer vi midt i målgruppa aldersmessig, men det er skeiv kjønnsfordeling: 66% kvinner og 33 % menn. Målet er å nå 10% av denne kundegruppen, det vil si omtrent 2000.

På Twitter har vi 2520 følgere. Her har vi ikke noen spesiell målgruppe. Vi bruker Twitter til å henvende oss både til kunder og media. Målet er å nå 3000 følgere i 2012.

Suksess i sosiale medier måles ikke i antall følgere alene. Derfor jobber vi for å holde aktiviteten oppe ved å komme med godt innhold som er relevant for kundene og gode svar som kan være nyttige for mange. Målene er satt i antall liker fordi det sammen med overvåkning av aktivitet og statistikk sier noe om hvor bra sidene fungerer.

Facebook er med på å styrke lanekassen.no som hovedkanal for kundeinformasjon.