

# KOMMUNAL SERVICEKULTUR ANALYSE 2020



Svendborg  
Kommune

def  
DANSK ERHVERVSFREMME

# INDHOLD

<b>SVENDBORG KOMMUNE OVERBLIK .....</b>	<b>3</b>
<b>KORTLÆGNING AF SERVICEKULTUREN .....</b>	<b>4</b>
ER DER TILFREDSHED MED SAGSBEHANDLINGEN? .....	5
VAR SAGSBEHANDLINGEN NEM? .....	6
HVLKE INDSATSER PRIORITERER RESPONDENTERNE? .....	7
HVLKE INDSATSER BØR DER HANDLES PÅ I FREMTIDEN? .....	8
<b>REGLER OG VEJLEDNING .....</b>	<b>9</b>
HVOR LET ER DET AT FORSTÅ REGLER, FINDE VEJLEDNING OG	
UDFYLDE ANSØGNINGEN? .....	10
HVORDAN HAR VIRKSOMHEDERNE FORBEREDT SIG? .....	11
HAR VIRKSOMHEDERNE TILPASSET SIG DE NYE REGLER? .....	12
<b>METODE .....</b>	<b>13</b>
HVAD HAR VI GJORT OG HVOR MANGE HAR SVARET? .....	14
ER STIKPRØVEN REPRÆSENTATIV? .....	14
METODE .....	15
<i>Målgruppeudvælgelse</i> .....	15
ANALYSENS GYLDIGHED OG KVALITET .....	15
<i>Validitet</i> .....	15
<i>Reliabilitet</i> .....	16
<i>Kontrollerbarhed</i> .....	17



Analysen er udarbejdet af Dansk Erhvervsfremme (DEF) i august og september 2020.



Analysens resultater bygger på en survey-undersøgelse af alle virksomheder, der har fået en byggesag behandlet indenfor de seneste 2 år i Svendborg Kommune. 36 har svaret, hvilket er en besvarelsesandel på 72%. Undersøgelsens resultater er repræsentative for populationen.

# SVENDBORG KOMMUNE OVERBLIK



## TILFREDSHED MED KOMMUNAL SERVICE

**74%**  
af de adspurgte er  
tilfredse med den overordnede kommunale  
service

---

**14%**  
er utilfredse



## NEM SAGSBEHANDLING

**72%**  
af de adspurgte er enige i, at Svendborg  
Kommune har gjort  
sagsbehandlingen nem

---

**20%**  
er uenige



## TILPASNING TIL NYE REGLER

**67%**  
af de adspurgte har tilpasset sig de nye  
regler

---

**28%**  
ved det ikke



## FORBEREDELSESTILTAG

**39%**  
brugte kommunens hjemmeside til forberedelse

---

**0%**  
brugte en rådgiver

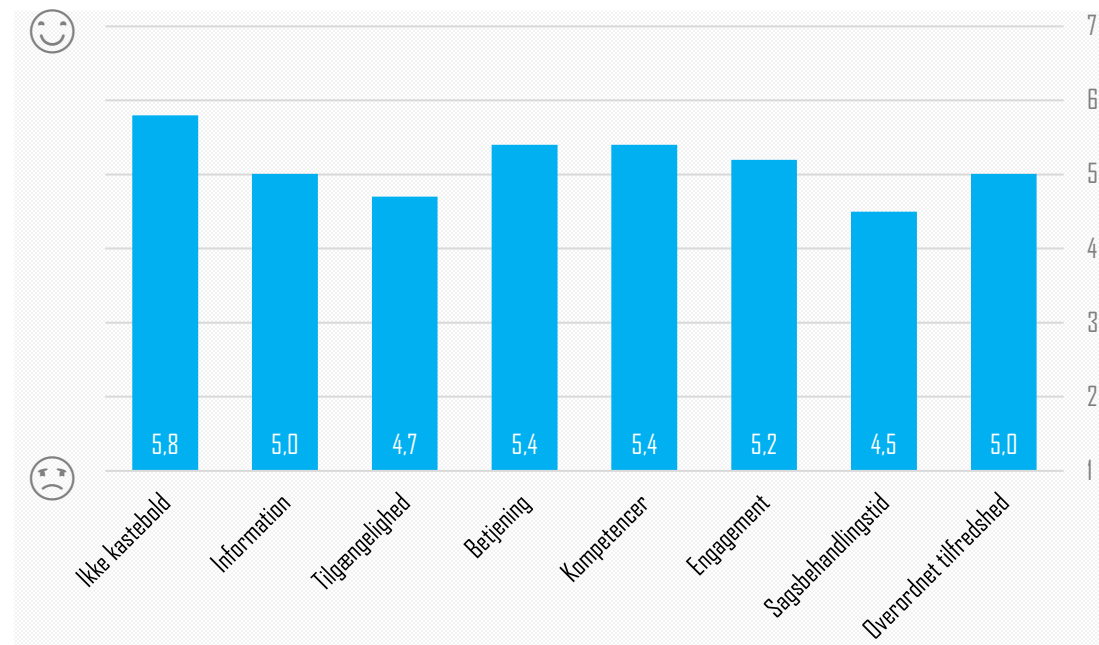


**KORTLÆGNING AF  
SERVICEKULTUREN**

## Er der tilfredshed med sagsbehandlingen?

Svendborg Kommune opnår en god tilfredshedsscore på 5,0 ud af 7 point på den overordnede kommunale service. Svendborg Kommune scorer særligt højt på parameteren "ikke kastebold", der indikerer at virksomhederne oplever kontinuitet og sammenhæng i sagsbehandlingen.

FIGUR 1: TILFREDSHEDSPERFORMANCE 2020



Følgende spørgsmål ligger til grund for analysen: Hvor tilfreds/enig er du med/i følgende:

- ◆ **Ikke "kastebold"**: Din virksomhed har ikke været "kastebold" mellem afdelinger/sagsbehandlere?
- ◆ **Information**: Informationsniveauet i sagen (sagens forløb, vejledning på hjemmesiden osv.)
- ◆ **Tilgængelighed**: Medarbejdernes tilgængelighed (åbningstider, telefontider, mulighed for at komme i kontakt med den relevante medarbejder mv.)
- ◆ **Betjening**: Medarbejdernes betjening (venlighed, hjælpsomhed mv.)
- ◆ **Kompetencer**: Medarbejdernes kompetenceniveau (viden på fagområdet, forståelse for virksomhedens vilkår og problemstilling mv.)
- ◆ **Engagement**: Medarbejdernes engagement i sagen (virkede interesserede, behandlede mig ikke bare som "endnu en sag" mv.)
- ◆ **Sagsbehandlingstiden** (den samlede sagsbehandlingstid, overholdelse af deadlines i sagen osv.)?
- ◆ **Din overordnede tilfredshed med sagsforløbet:**

## Var sagsbehandlingen nem?

Oftest er en af de største kilder til utilfredshed, at brugeren oplever servicerejsen som besværlig. Derfor kortlægges brugernes samlede serviceoplevelse via redskabet Customer Effort Score (se note).

Mere end 7 ud af 10 respondenter er helt eller delvist enige i, at Svendborg Kommune har gjort det nemt at få deres sag behandlet.

Det resulterer i en Customer Effort Score på 5,0 point ud af 7. Dette er en god score.

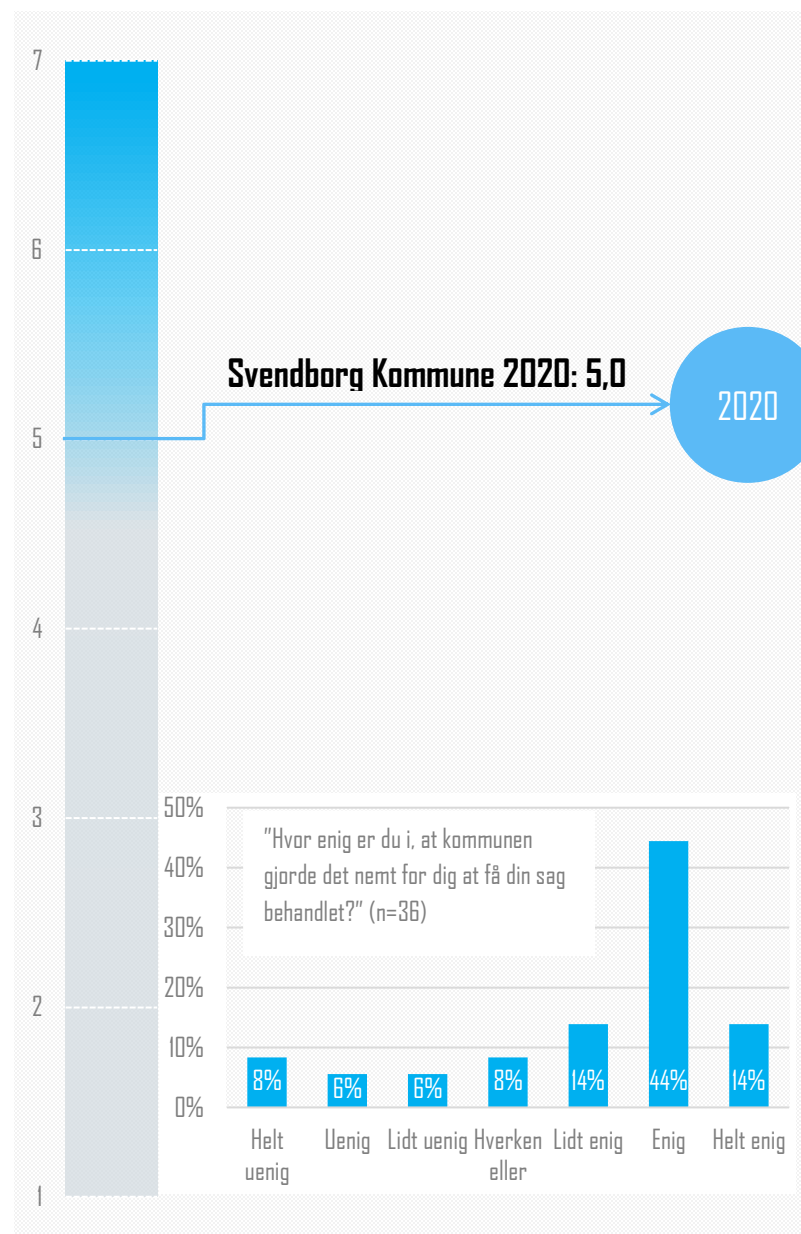
Note: Redskabet Customer Effort Score 2.0 (CES 2.0) stiller skarp på respondenternes opfattelse af besværet i servicerejsen igennem følgende spørgsmål: "Hvor enig er du i, at kommunen gjorde det nemt for dig at få din sag behandlet?"

Respondenternes svar er indekseret på en skala fra 1-7, hvor 1 er "helt uenig" og 7 er "helt enig". Scoren er gennemsnittet af de indekserede svar:

- ◆ Top performance = over 6 point
- ◆ God performance = 5-6 point
- ◆ Begrænset performance = under 5



FIGUR 3: CUSTOMER EFFORT SCORE 2.0



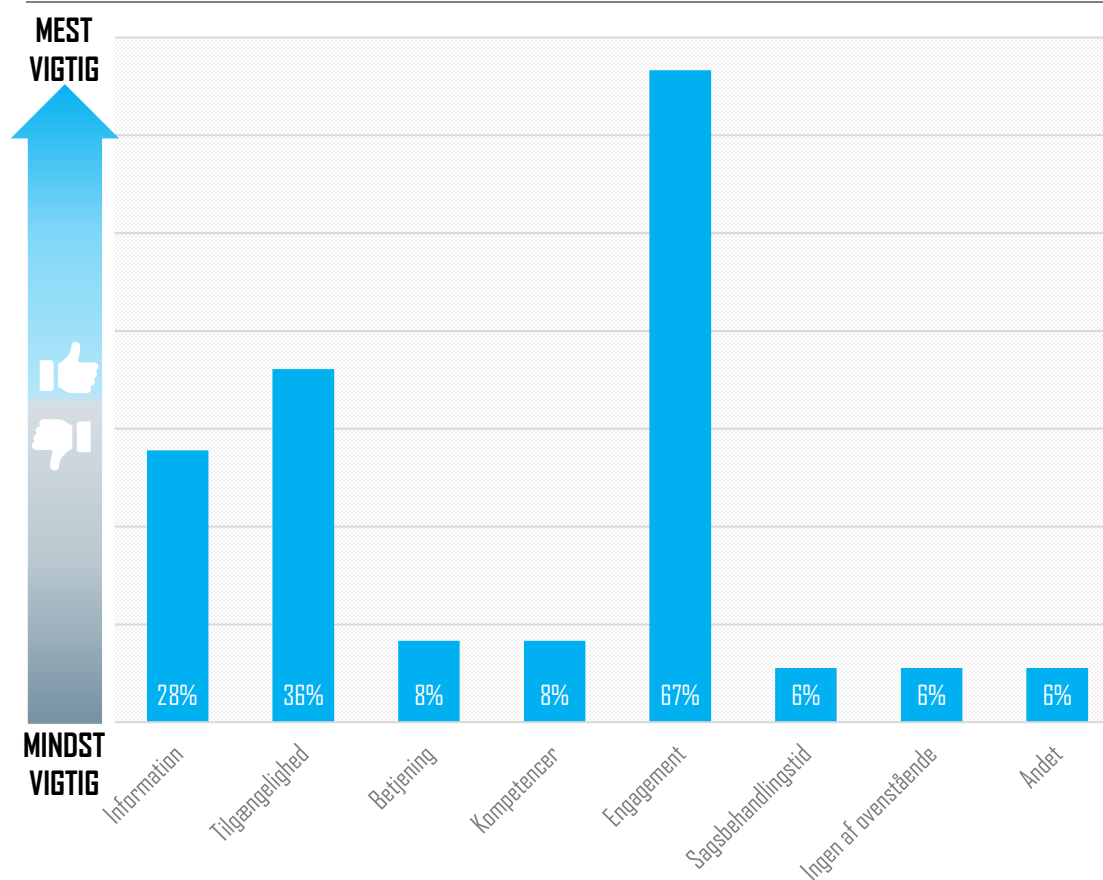
## Hvilke indsatser prioriterer respondenterne?

Analysen viser, hvilke indsatsområder respondenterne finder *mest* og *mindst* vigtige, at Svendborg Kommune prioriterer i fremtiden.

Analysen viser, at respondenterne vælger *medarbejdernes engagement* (67%) som vigtigste prioriteringsområder for Svendborg Kommune. Dette indsatsområde er næsten dobbelt så vigtigt for respondenterne som det område, de prioriterer næsthøjest- nemlig *medarbejdernes tilgængelighed* (36%).

Respondenterne har haft mulighed for at prioritere flere indsatser og tallene summerer derfor ikke til 100%.

FIGUR 4: PRIORITERING AF INDSATSSOMRÅDER



Note: Følgende spørgsmål ligger til grund for analysen: På hvilken af følgende områder bør Svendborg Kommune prioritere sin indsats i fremtiden? (du kan vælge flere indsatser)

- ◆ **Information:** Informationsniveauet i sagen (sagens forløb, vejledning på hjemmesiden osv.)
- ◆ **Tilgængelighed:** Medarbejdernes tilgængelighed (åbningstider, telefontider, mulighed for at komme i kontakt med den relevante medarbejder mv.)
- ◆ **Betjening:** Medarbejdernes betjening (venlighed, hjælpsomhed mv.)
- ◆ **Kompetencer:** Medarbejdernes kompetenceniveau (viden på fagområdet, forståelse for virksomhedens vilkår og problemstilling mv.)
- ◆ **Engagement:** Medarbejdernes engagement i sagen (virkede interesserede, behandlede mig ikke bare som "endnu en sag" mv.)
- ◆ **Sagsbehandlingstid:** Sagsbehandlingstiden (den samlede sagsbehandlingstid, overholdelse af deadlines i sagen osv.)

## Hvilke indsatser bør der handles på i fremtiden?

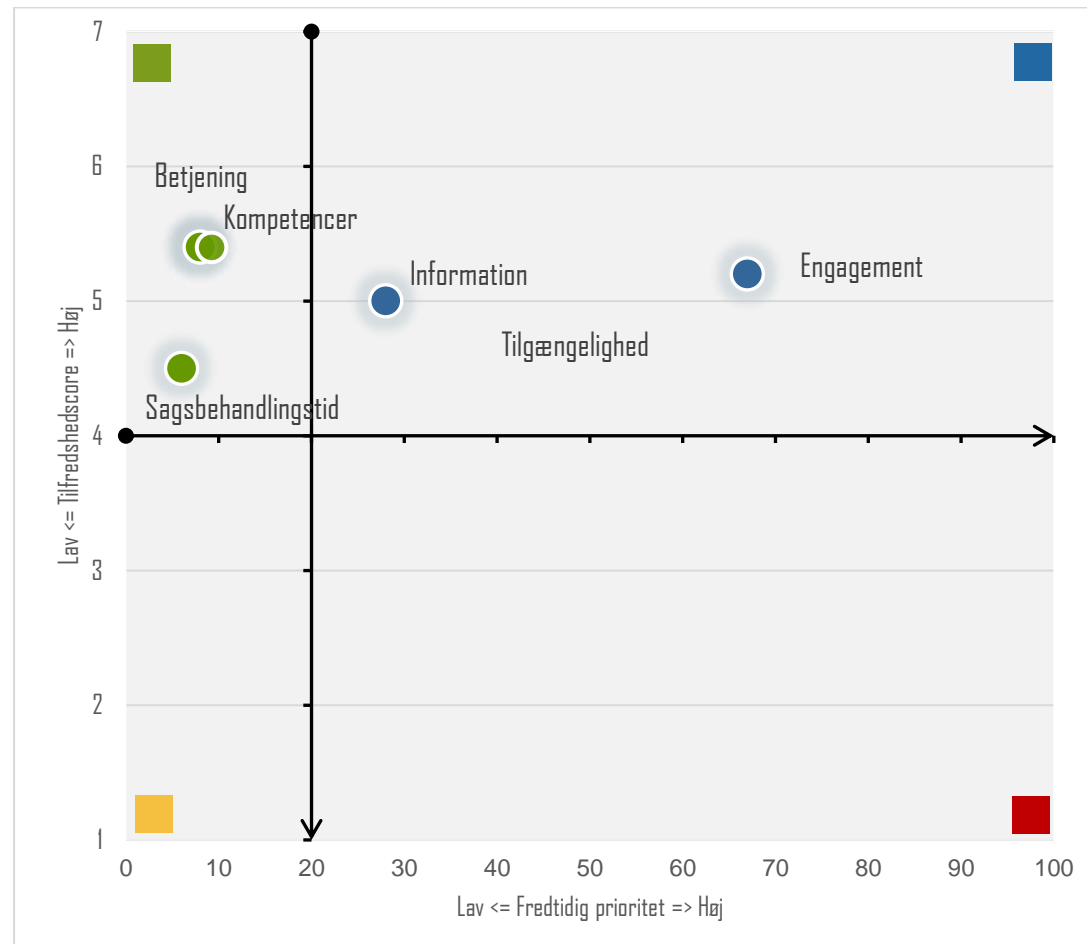
Tilfredshedsscorer og prioriteringsscorer er her kombineret i et handlingskort, der anviser, hvilke indsatser respondenterne vurderer, har mest behov for handling.

Kortet viser, at respondenterne ønsker en prioritering af *medarbejdernes tilgængelighed, engagement* og *informationsniveauet i sagen* højere end af de øvrige indsatsområder. Svendborg Kommune har en høj tilfredshed på de tre oprioriterede indsatsområder. Fokus i fremtiden kan med fordel lægges på medarbejdernes engagement, om end denne stadig får en relativt høj tilfredshedsscore.

TABEL 1: ZONE FORKLARING

- KOMFORT-zone:** Relativt højt tilfredshed og relativt lav prioritering
- INDSATS-zone:** Relativt højt tilfredshed og relativt høj prioritering
- OBSERVATIONS-zone:** Relativt lav tilfredshed og relativt lav prioritering
- ALARM-zone:** Relativt lav tilfredshed og relativt høj prioritering

FIGUR 5: HANDLINGSSKORT



Note: Ved en kombination af den tidligere præsenterede prioriteringsscore og tilfredhedsscorerne, er der konstrueret et handlingskort. Skæringen på kortets Y-akse er sat ved tilfredhedsscoren 4, som er en neutral tilfredshedsscore. Dette gør handlingskortet dynamisk fra år til år. Skæringen ved X-aksen er sat ved 20 % prioriteringer, som indikerer at mindst en femtedel af respondenterne har prioriteret indsatsen.



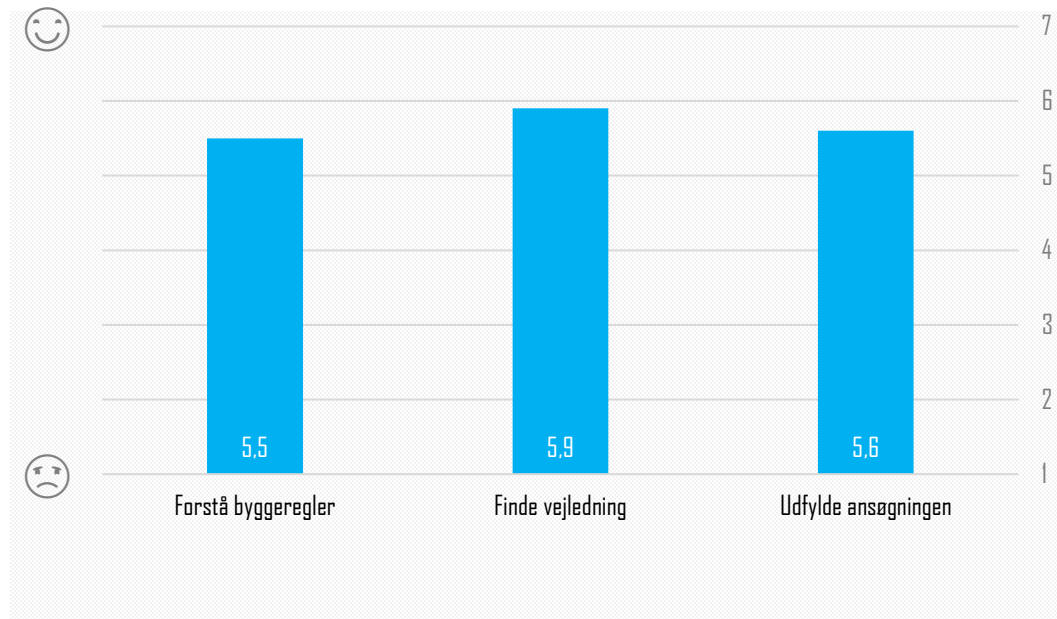


## REGLER OG VEJLEDNING

## Hvor let er det at forstå regler, finde vejledning og udfylde ansøgningen?

Svendborg Kommune opnår en høj formidlingsscore. Kommunen har en score på mellem 5,5 og 5,9 på alle parametre.

FIGUR 6: HVOR LET ER DET AT FORSTÅ REGLER, VEJLEDNING OG ANSØGNING



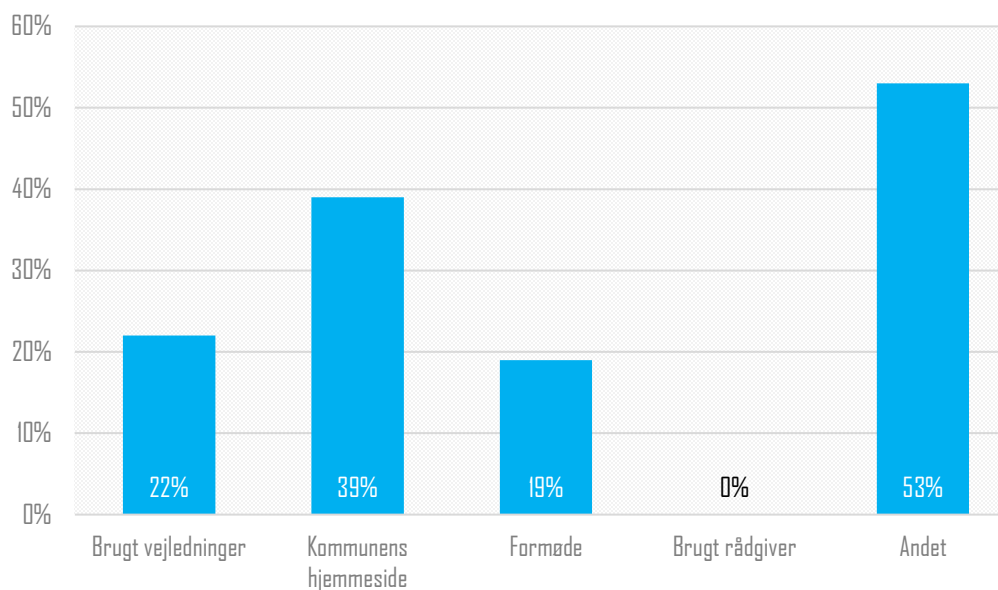
Følgende spørgsmål ligger til grund for analysen: På en skala fra 1 til 7, hvor 1 er meget svært og 7 er meget let, hvordan oplevede du arbejdet med følgende:

- ◆ At forstå byggereglerne
- ◆ At finde vejledning
- ◆ At udfylde ansøgningen

## Hvordan har virksomhederne forberedt sig?

Flest respondenter har brugt Svendborg Kommunes hjemmeside, ingen af de adspurgte har brugt en rådgiver. 53% har gjort andre ting for at forberede sig.

FIGUR 7: FORBEREDELSE TIL ANSØGNING



Følgende spørgsmål ligger til grund for analysen: Hvordan har du forberedt dig på at ansøge?

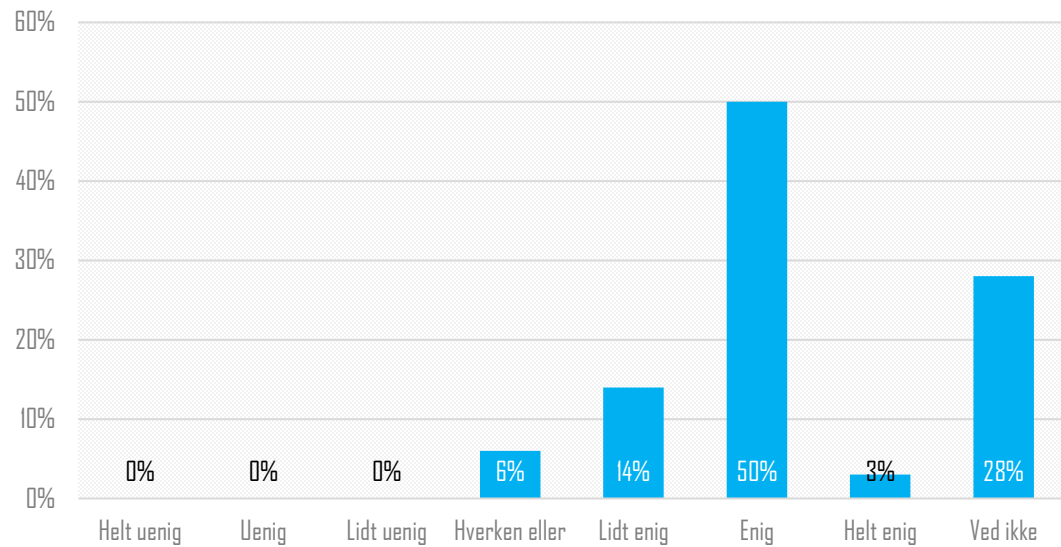
- ◆ Brugt vejledninger
- ◆ Brugt Svendborg Kommunes hjemmeside
- ◆ Været til formøde
- ◆ Brugt en rådgiver
- ◆ Andet



## Har virksomhederne tilpasset sig de nye regler?

Mange virksomheder har allerede tilpasset sig BR18 implementeringen. 28% af virksomhederne ved ikke, om de har foretaget de nødvendige tilpasninger.

FIGUR 8: ENIGHED I, AT VIRKSOMHEDEN HAR TILPASSET SIG DE NYE REGLER



Følgende spørgsmål ligger til grund for analysen: På en skala fra 1 til 7, hvor 1 er meget uenig og 7 er meget enig, hvor enig er du i at din/jeres virksomhed har tilpasset sig de forandringer som implementeringen af BR18 har medført? (F.eks. et forøget krav til dokumentation og certificering?).



# METODE

## Hvad har vi gjort og hvor mange har svaret?

Dansk Erhvervsfremme har i perioden fra den 19.08.2020-02.09.2020 foretaget en undersøgelse blandt virksomheder med en sag hos Svendborg Kommune under BR18. Spørgeskemaundersøgelsens data er indsamlet via telefonopringninger til denne målgruppe.

TABEL 1: GENNEMFØRELSESSTATISTIK

	<i>Antal</i>	<i>Andel</i>
<i>Antal deltagere (Total)</i>	50	100%
<i>Ønsker ikke at deltage</i>	3	6%
<i>Kan ikke huske sagen/ er ikke længere ansat</i>	4	8%
<i>Tag ikke telefonen</i>	7	14%
<b><i>Gennemførte</i></b>	<b>36</b>	<b>72%</b>

## Er stikprøven repræsentativ?

Repræsentativitetstesten viser, at stikprøven er repræsentativ for populationen.

TABEL 2: REPRÆSENTATIVITET

	<i>Repræsentativitet</i>
<i>Type</i>	✓

TABEL 3: TYPE

	<i>Population Antal</i>	<i>Population Andel</i>	<i>Stikprøve Antal</i>	<i>Stikprøve Andel</i>
<i>Rådgiver</i>	19	37%	13	36%
<i>Virksomhed</i>	31	63%	23	64%
<i>Total</i>	50	100%	36	100%

## Metode

### Målgruppeudvælgelse

Telefoninterviewet er gennemført med de virksomheder, de har fået en byggesag behandlet af Svendborg Kommune indenfor de seneste 2 år.

## Analysens gyldighed og kvalitet

I det følgende gennemgås en række metodiske begreber, og hvad de fortæller om den analyse, vi har foretaget for jer.

### Validitet

Validiteten af en undersøgelse fortæller os noget om gyldigheden af analysens resultater. I det følgende forklares de to vigtigste begreber inden for validitet – målingsvaliditet og repræsentativitet – for den type undersøgelse, vi har foretaget.

### Målingsvaliditet

Et vigtigt parameter for gyldigheden af analysen er målingsvaliditet, dvs. et udtryk for, om vi måler vi det, vi har intention om at undersøge. Målingsvaliditeten afhænger af, om man er i stand til at "oversætte" det koncept/emne, vi gerne vil undersøge til items/spørgsmål, der præcist indfanger essensen af pågældende koncept.

Illustrationen med de tre skydeskiver nedenfor viser tre forskellige scenarier for en given analyse. Skydeskiven til venstre illustrerer problemer med målingsvaliditet. I dette tilfælde giver gentagende målinger et ret nøjagtigt, ensartet resultat, da prikkerne ligger oveni hinanden, men samtidig er målingerne *ikke* i stand til rent faktisk at måle det, som var intentionen at måle. Dette illustreres ved,

at prikkerne har placeret sig langt væk fra centrum, der indikerer den sande værdi. Det vil sige, at vi "oversætter" vores koncept forkert og benytter items/spørgsmål, der *ikke* indfanger essensen af det, vi gerne vil måle på. Når dette er tilfældet, vil undersøgelsens resultat være drevet af *systematiske fejl* og derfor ikke gyldigt.

Figur 9: Forskellen mellem reliabilitet og målingsvaliditet



I denne analyse har vi undersøgt virksomhedernes vurdering af den kommunale erhvervsservice og har til det benyttet en spørgeramme, der er bredt anerkendt og velafprøvet til netop brugerundersøgelse af servicetilbud. Derfor vurderes målingsvaliditeten for analysen generelt at være høj.

### Repræsentativitet og generaliserbarhed

Når vi foretager en analyse som denne, har vi ikke mulighed for at spørge alle målgruppens virksomheder, ligesom der er mange virksomheder, vi henvender os til, der enten slet ikke, eller kun delvist, udfylder spørgeskemaet, selvom vi gør en stor indsats for at indhente så mange svar som muligt. Derfor er det vigtigt for gyldigheden af analysens resultater, at den gruppe af virksomheder, der har besvaret vores spørgeskema – og dermed udgør analysens da-

tagrundlag – udgør et repræsentativt udsnit af den totale målgruppe af virksomheder. Virksomhedsrespondenterne er analysens stikprøve. Hvis virksomhederne i stikprøven er repræsentative for alle virksomheder i målgruppen, så kan vi regne med, at resultaterne er generaliserbare, dvs. at resultaterne i analysen kan "overføres" til målgruppen. Repræsentativitet betyder altså, at vi kan stole på, at resultaterne i analysen gælder for virksomhederne i målgruppen. Stikprøvens repræsentativitet og analyseresultaternes generaliserbarhed er således et vigtigt parameter for undersøgelsens gyldighed.

For at sikre at virksomhederne, der indgår i undersøgelsen, er repræsentative for hele målgruppen foretages en afprøvning af stikprøvens lighed med den samlede population af virksomheder inden for målgruppen. Stikprøvens repræsentativitet undersøges gennem en statistisk test. Testen viser om fordelingen af virksomheder i vores stikprøve afviger fra den samlede målgruppes fordeling. Testen sammenligner altså virksomhederne i stikprøven med alle målgruppevirksomhederne. Hvis testen med 95 procent sikkerhed viser, at fordelingen af virksomhederne i den samlede population af virksomheder *ikke* er signifikant forskellig fra fordelingen af virksomheder i stikprøven på den relevante parameter (sagstype, afdeling og by), så er det en solid indikator på, at fordelingen i stikprøven, ligner fordelingen blandt virksomhederne *i virkeligheden*. Stikprøven vil derfor være repræsentativ for alle målgruppevirksomhederne. Dermed kan vi generalisere analysens resultater og med stor sikkerhed sige, at analysens resultat er gyldige for den samlede population af virksomheder i målgruppen.

## Reliabilitet

Kvaliteten af analysen, afhænger af resultaternes nøjagtighed og kan med andre ord fortælle os, hvor pålidelige vores analyseresultater er. Dette kaldes reliabilitet og defineres som den grad, hvor med man ved gentagne målinger af det samme koncept eller begreb får samme resultat. Målingen skal altså være stabil, dvs. at man skal opnå samme resultat ved at foretage analysen på en senere tidspunkt (under forudsætning af uændrede vilkår). Konsistente resultater ved gentagne målinger fortæller dermed, at resultaterne er præcise.

I den midterste figur i illustrationen illustreres et problem med reliabiliteten. Målingerne vil samlet set ramme rigtigt, det vil sige at vi får et korrekt billede af det, vi gerne vil måle. Dog varierer målingerne markant, og der er således problemer med målingernes nøjagtighed. Dette skyldes inkonsistens i besvarelserne, der ikke kan tilskrives reelle variationer i respondenternes opfattelser, men nærmere skyldes "støj" fra dårligt formulerede spørgsmål eller tvetydige svarmuligheder, der efterlader for store fortolkningsmuligheder hos respondenterne.

Reliabilitet drejer sig derfor grundlæggende om kvaliteten af besvarelserne i de spørgeskemaer, der sendes ud til respondenterne i målgruppevirksomhederne. Her er det afgørende, at respondenterne forstår spørgsmålene og på den baggrund giver svar, der reelt udtrykker deres holdning til det, der spørges til. Hvis spørgsmålene er uklare, vil respondenter tolke dem forskelligt, hvorved besvarelserne kommer til at stikke i øst og vest, som den midterste skydeskive illustrerer. Det samme er tilfældet, hvis svarkategorierne i spørgeskemaet er tvetydige og efterlader for mange fortolkningsmuligheder. Begge dele kan give *tilfældige fejl* i data. Tilfældige




fejl er netop tilfældige og burde derfor fordele sig proportionelt ud på hver kategori (af virksomheder), hvorfor de ikke skævvrider analysens resultater afgørende. Kvaliteten af data er dog altid vigtig i spørgeskemaundersøgelser, som vores analyse bygger på, og denne sikres ved, at vores spørgerammer er gennemtestede. Desuden er vores spørgsmål enkle og præcise, ligesom vi anvender svarkategorier, der er entydige og simple – enten i ja/nej-udgave eller med en relativt kort, symmetrisk intervallskalering (fx fra 1 til 5 eller 1 til 7). Denne analyses spørgeramme og svarkategorier minimerer respondentens fortolkningsrum, og undersøgelsens datagrundlag er derfor behæftet med få eller ingen tilfældige fejl. Vi anvender således en metode og et analysedesign, der er både velegnet til jeres specifikke formål og velafprøvet. Dette sikrer en høj analysekvalitet.


### **Kontrollerbarhed**

Vi har undervejs i rapporten gjort klart, hvilke spørgsmål, vi har stillet samt hvor mange respondenter, der har svaret på hvert spørgsmål.

Vi tilstræber transparens, så I kan føle jer sikre på analysens resultater. Derfor er de data, der ligger til grund for analysen tilgængelige for dataejereren ved kontakt til analysekonsulent Maria Kudahl Doohan via [md@danskerhvervsfremme.dk](mailto:md@danskerhvervsfremme.dk).




 62 22 75 50

 [info@danskerhvervsfremme.dk](mailto:info@danskerhvervsfremme.dk)

 Inge Lehmanns Gade 10, 8000 Aarhus

 Find os på LinkedIn

 [www.danskerhvervsfremme.dk](http://www.danskerhvervsfremme.dk)