



KUNDETILFREDSHEDSMÅLING

NUMMERPLADEOPGAVEN.

GENNEMFØRT UGE 10/2008

Indholdsfortegnelse

1	Indledning	1
2	Hvad giver denne rapport svar på?	2
2.1	Hovedresultater	2
2.2	Hvad har mest betydning for kundetilfredsheden?	3
2.3	Tilfredshed og ventetider	3
2.4	Tilfredshed og tidsintervaller	4
2.5	Forbedringsmuligheder	4
2.6	Kan vi tro på tallene?	4
3	Gennemsnitlig kundetilfredshed på landsniveau	5
4	Gennemsnit på samarbejdsniveau	6
4.7	Geografisk visning af generel tilfredshed på skattecenterniveau.....	7
4.8	Geografisk visning af tilfredshed med fagligheden på skattecenterniveau.....	8
4.9	Geografisk visning af tilfredsheden med medarbejdernes venlighed og imødekommenhed på skattecenterniveau	9
4.10	Geografisk visning af tilfredsheden med ventetiden på skattecenterniveau	10
4.11	Geografisk visning af gennemsnittet for de 4 spørgsmål.....	11
	Bilag 1 - Gennemsnit på skattecenterniveau.....	12
	Bilag 2 – Det anvendte spørgeskema.....	15
	Bilag 3 – Frekvensfordelinger af spørgsmålene	16
	Bilag 4 - Analyse af sammenhængen mellem spørgsmålene.....	18
	Konklusion: Hvad har mest betydning for en god kundeoplevelse?	24
	Bilag 5 - Sammenhæng mellem kundetilfredshed og tidspunkt på dagen.....	26
	Bilag 6 - En note vedr. talmaterialets validitet og reliabilitet	28

1 Indledning

I forbindelse med SKAT's overtagelse af nummerpladeekspeditions-opgaven pr. 1/1 2008, er der i resultatkontrakten mellem Skatteministeriet og Hovedcentret indbygget, at der skal foretages to kundeundersøgelser hhv. inden 1. april og 1. oktober 2008. Det er endvidere blevet bestemt, at undersøgelsen skal afdække tilfredsheden hos autoforhandlere såvel som privatkunder.

I lighed med øvrige opgaver i SKAT har ønsket været at måle på kundetilfredsheden for derigennem at kunne afdække mulige forbedringsområder.

Den første af de 2 målinger blev gennemført i dagene fra d. 3 til d. 7 marts hos de 31 ekspeditionssteder (30 skattecentre + Silkeborg). Det er resultaterne af denne første måling, der præsenteres på de følgende sider.

Selve målemetoden baserer sig på et kort spørgeskema¹ med 4 spørgsmål, som blev tilbudt alle kunder, der henvendte sig ved nummerpladeekspeditions-stederne i uge 10. For at opnå en så høj svarprocent som mulig, blev der anvendt en minimalistisk spørgeramme bestående af ét spørgsmål vedr. den overordnede tilfredsheds, samt 3 følgespørgsmål, omhandlende mere specifikke forhold af betydning for servicen. Alt i alt medvirkede dette til en høj svar procent på ca. 30 % af ugens samlede antal kunder, der blev ekspederet i løbet af uge 10.

Som i de andre af SKAT's målinger, måles graden af tilfredshed med SKAT's service ved hjælp af en traditionel 5-punkts skala, hvor værdien 1 indikerer "mest utilfreds" og værdien 5 indikerer "mest tilfreds".

Målet er, at tilfredshedsgraden i oktober 2008 er mindst 3,8 på en skala fra 1 til 5.

Der har, så vidt Motorenheden i Hovedcentret er orienteret, aldrig været foretaget en kundetilfredsheds undersøgelse af nummerpladeopgaven i Politiets regi. Det er således ikke direkte muligt at sammenligne SKAT performance i forhold til hvordan opgaven tidligere er blevet løst.

¹ Spørgeskemaet kan ses i "Bilag 2 – Det anvendte spørgeskema" på side 15.

2 Hvad giver denne rapport svar på?

Denne rapport har til overordnet formål at afdække:

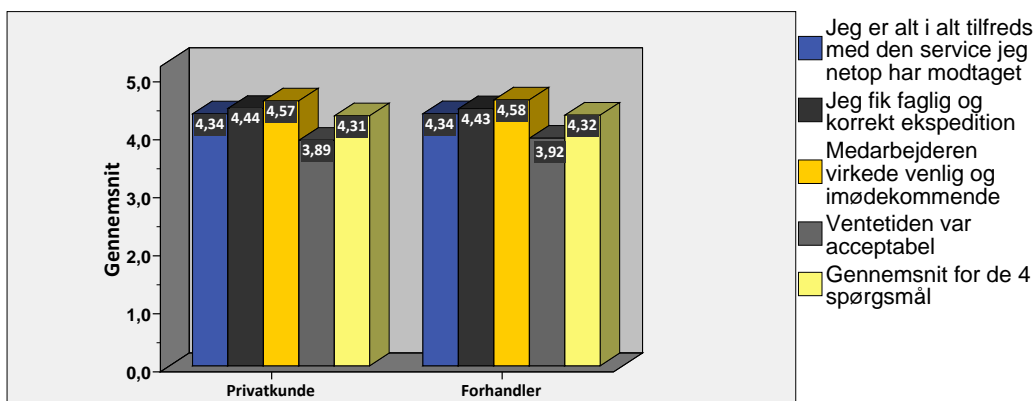
- Den generelle kundetilfredshed for både forhandlere og privatkunder på landsplan, samarbejds- og skatte-centerniveau. Rapporten bidrager herved som et benchmark på tværs af disse enheder.
- Derudover søger rapporten at afdække, hvilke sammenhæng der kan identificeres mellem kundernes vurdering af, hvor tilfredse med servicen de generelt er, og deres mere specifikke vurdering af medarbejdernes professionalisme, deres servicemindedhed samt, ikke mindst, hvor acceptabel de oplevede ventetiden.
- Endeligt ses der på hvad tidspunkt på dagen betyder for de 4 servicespørgsmål.

2.1 Hovedresultater

- Generel tilfredshed med den modtagne service	4,34
- Faglig og korrekt ekspedition	4,43
- Medarbejderne venlige og imødekommende	4,57
- Acceptabel ventetid	3,90
Samlet gennemsnit for alle spørgsmål	4,31

Undersøgelsens resultat med en samlet landsdækkende kundetilfredshed på 4,31 er meget tilfredsstillende. Specielt set i forhold til den forholdsvis korte tid som SKAT har haft til at konsolidere arbejdsopgaven efter overtagelsen fra Politiet.

Gennemsnitstilfredshed for privatkunder og forhandlere



Omvendt er det også erfaret, at specielt enkelte private kunder der ikke har haft orden i papirerne ved ekspeditionen, og som derfor har måttet komme igen, har udtrykt stor utilfredshed og også nægtet at deltage i undersøgelsen.

Det fremgår med tydelighed, at det er på spørgsmålet om ventetiden der scorer lavest.

2.2 Hvad har mest betydning for kundetilfredsheden?

Måske lidt overraskende viser den statistiske analyse af besvarelsene, at ventetiden har mindre betydning for kundernes generelle tilfredshed end medarbejdernes venlighed og imødekommenhed.

Analysen viser, at generel utilfredshed, trods lange ventetider, kan vendes til tilfredshed, når blot kunderne føler at SKAT's medarbejdere er venlige og imødekommende. Dette gælder i mindre grad den anden vej. For kunder som har det tilfælles, at de er utilfredse med venligheden, kan selv en meget høj grad af tilfredshed med ventetiden, kun i meget begrænset omfang flytte ved sandsynligheden for høj generel tilfredshed. Alt i alt kan man således konkludere, at venlighed betyder mere for tilfredsheden end ventetider gør.

2.3 Tilfredshed og ventetider

Men når den samlede landsdækkende score på spørgsmålet om acceptabel ventetid alligevel er på 3,9, tyder det samlet set på, at kunderne generelt set er tilfredse – også med ventetiden.

Selv om SKAT har prioriteret betjeningen af de professionelle autoforhandlere højest, med fx specielle skranker hvor der primært betjenes forhandlere, viser undersøgelsen ingen markante forskelle på tilfredsheden mellem forhandlere og private – heller ikke på spørgsmålet om ventetid.

2.4 Tilfredshed og tidsintervaller

Traditionelt kommer de fleste kunder til ekspedition i tidsrummet 11 – 14, og der er erfaringsmæssigt størst ventetid i denne periode. Men selv i den situation, hvor undersøgelsen for at måle på netop det parameter, viser der sig kun marginale forskelle i tilfredsheden i de forskellige tidsintervaller.

2.5 Forbedringsmuligheder

Mulighederne for generelle forbedringer og dermed behovet for centrale initiativer, anses for meget begrænsede med baggrund i den høje tilfredshed.

Men enkelte skattecentre, hvor scoren på ventetidsspørgsmålet ligger under 3,8, kan imidlertid bruge undersøgelsen til at vurdere på og forbedre ventetidssituationen herimod det mere acceptable.

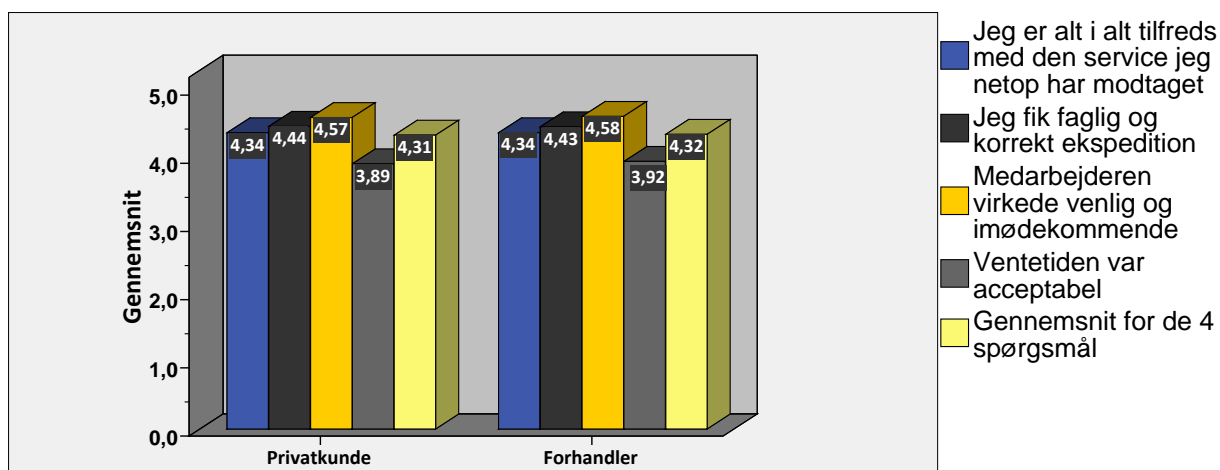
2.6 Kan vi tro på tallene?

Med 6033 respondenter af 19.330 kunder i uge 10, bygger undersøgelsen, på lands- og samarbejdsniveau, på et særdeles solidt stikprøvegrundlag.

3 Gennemsnitlig kundetilfredshed på landsniveau

Nedenfor ses en grafisk fremstilling af gennemsnits scoren på landsplan for hvert enkelt spørgsmål fordelt på hhv. private og forhandlere.

Gennemsnitstilfredshed for privatkunder og forhandlere

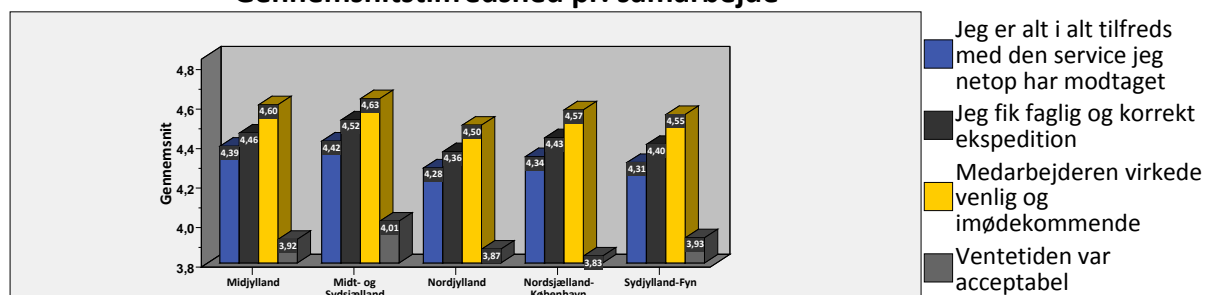


		Jeg er alt i alt tilfreds med den service jeg netop har modtaget	Jeg fik faglig og korrekt ekspedition	Medarbejderen virkede venlig og imødekommende	Ventetiden var acceptabel	Gennemsnit for de 4 spørgsmål
		Gennemsnit	Gennemsnit	Gennemsnit	Gennemsnit	Gennemsnit
Privat/Forhandler	Privatkunde	4,34	4,44	4,57	3,89	4,31
	Forhandler	4,34	4,43	4,58	3,92	4,32
	Total	4,34	4,43	4,57	3,90	4,31

4 Gennemsnit på samarbejdsniveau

Nedenfor ses en grafisk fremstilling af gennemsnits score pr. samarbejde for hvert spørgsmål. I tabellen under grafen ses en yderligere opdeling af gennemsnits score på hhv. private og forhandlere.

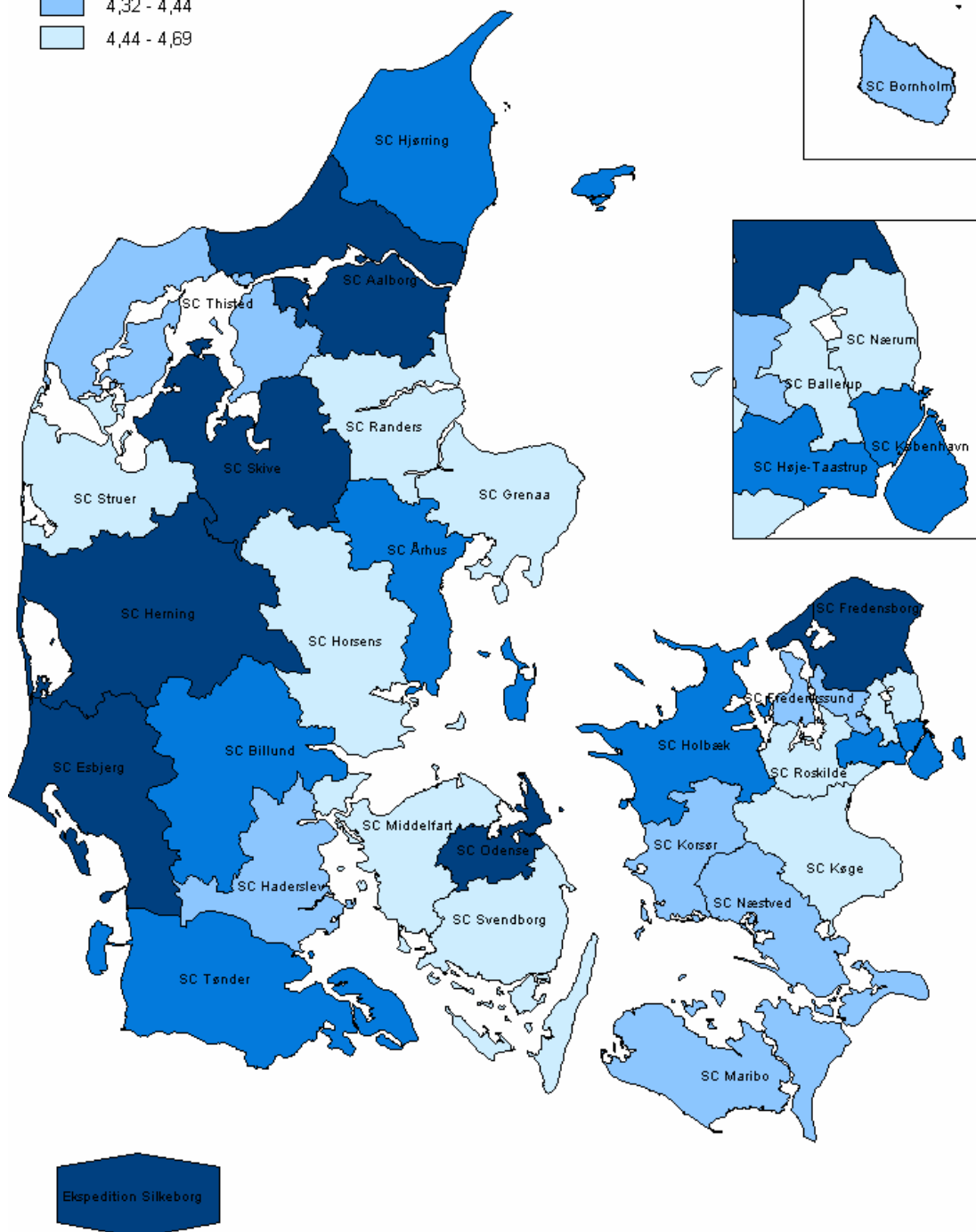
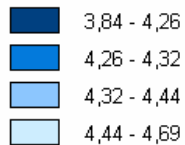
Gennemsnitstilfredshed pr. samarbejde



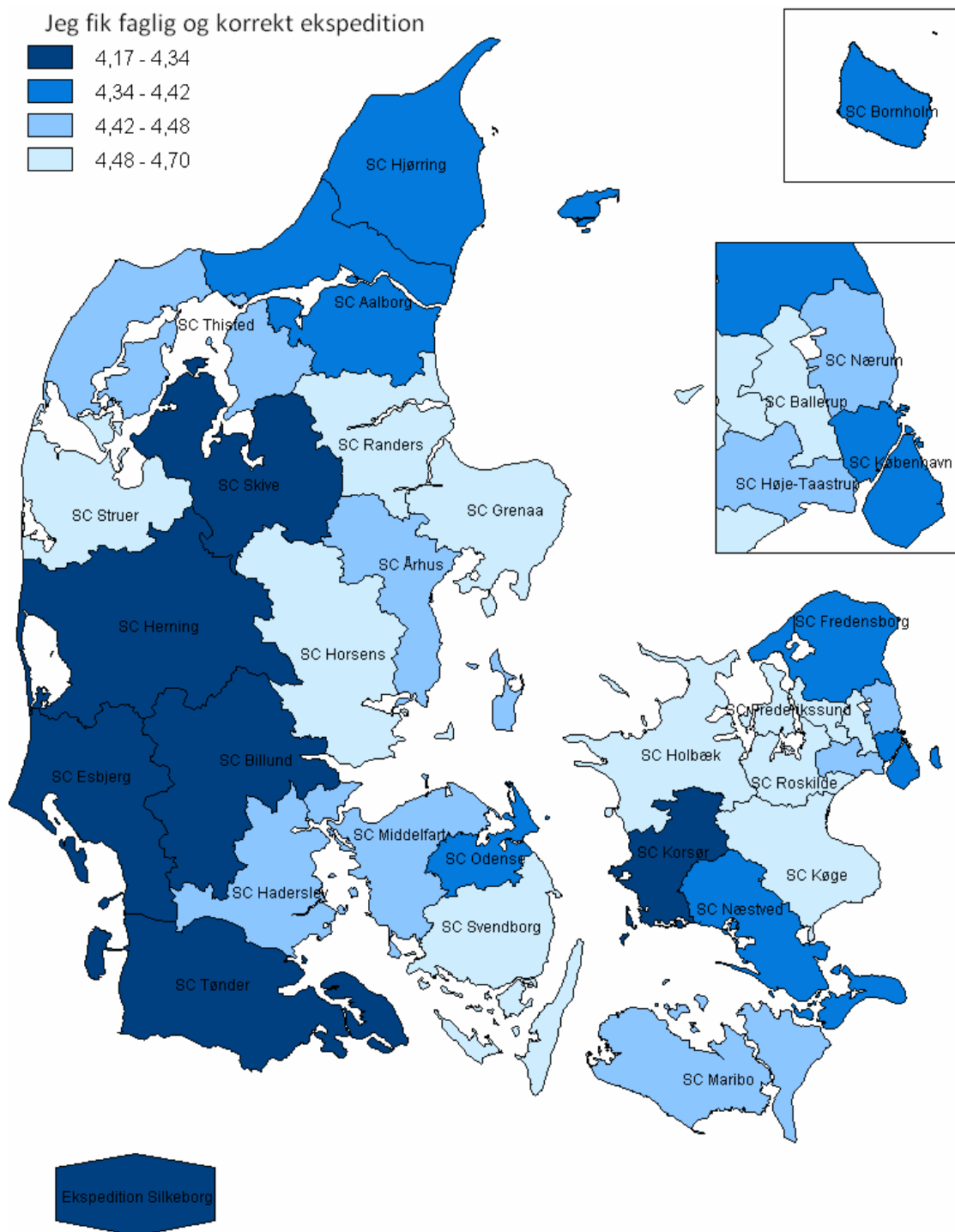
		Jeg er alt i alt tilfreds med den service jeg netop har modtaget	Jeg fik faglig og korrekt ekspedition	Medarbejderen virkede venlig og imødekomende	Ventetiden var acceptabel	Gennemsnit for de 4 spørgsmål
		Gennemsnit	Gennemsnit	Gennemsnit	Gennemsnit	Gennemsnit
Midjylland	Privatkunde	4,38	4,45	4,58	3,92	4,33
	Forhandler	4,36	4,44	4,61	3,81	4,31
	Total	4,37	4,45	4,59	3,88	4,33
Midt- og Sydsjælland	Privatkunde	4,39	4,51	4,61	3,93	4,36
	Forhandler	4,47	4,55	4,70	4,17	4,47
	Total	4,41	4,52	4,63	4,00	4,39
Nordjylland	Privatkunde	4,33	4,41	4,49	3,96	4,30
	Forhandler	4,15	4,29	4,50	3,65	4,16
	Total	4,27	4,37	4,49	3,86	4,25
Nordsjælland-København	Privatkunde	4,31	4,41	4,55	3,74	4,25
	Forhandler	4,40	4,50	4,63	4,08	4,41
	Total	4,34	4,43	4,57	3,83	4,29
Sydjylland-Fyn	Privatkunde	4,30	4,41	4,58	3,92	4,31
	Forhandler	4,30	4,37	4,50	3,89	4,27
	Total	4,30	4,40	4,55	3,91	4,29

4.7 Geografisk visning af generel tilfredshed på skattecenterniveau

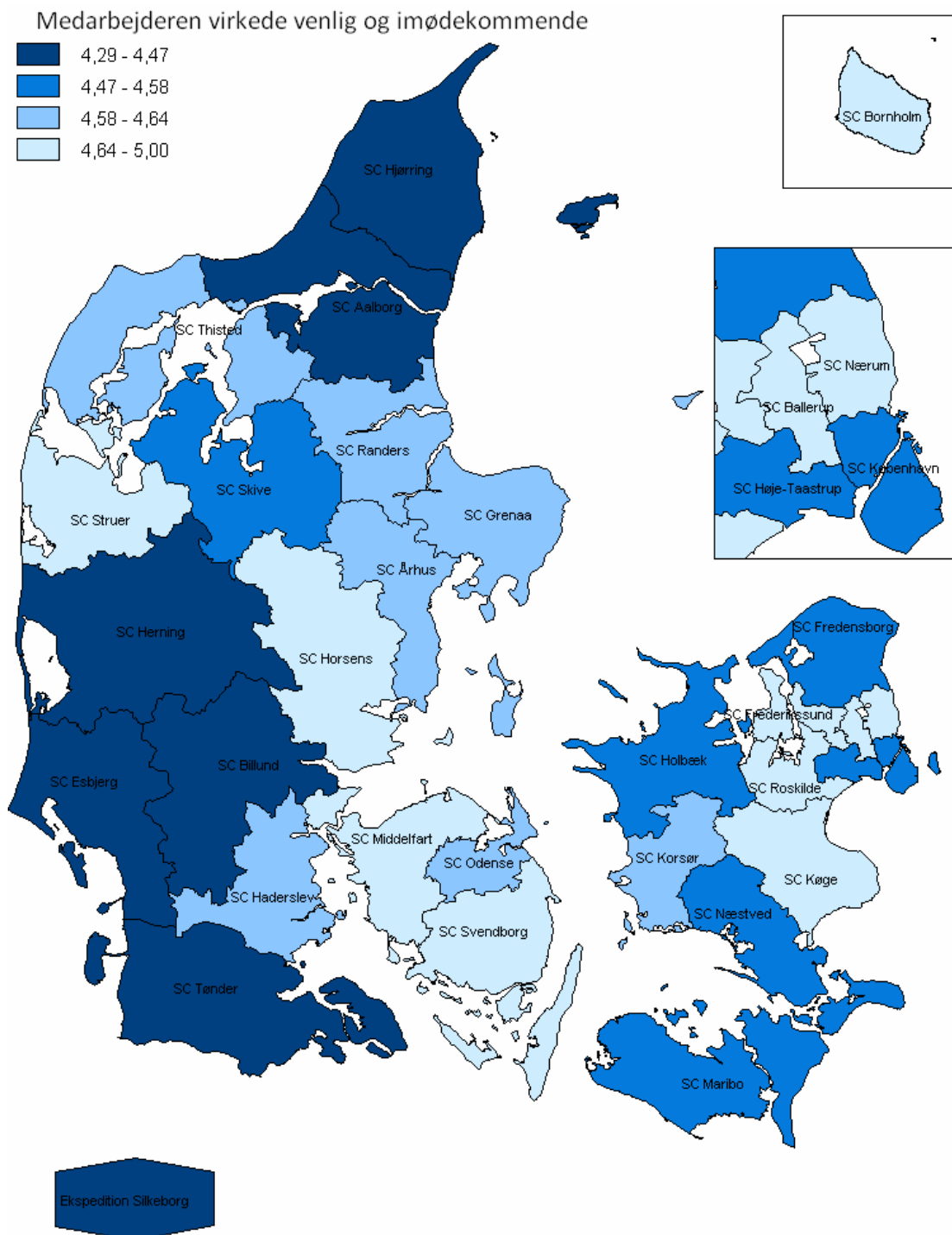
Jeg er alt i alt tilfreds med den service jeg netop har modtaget



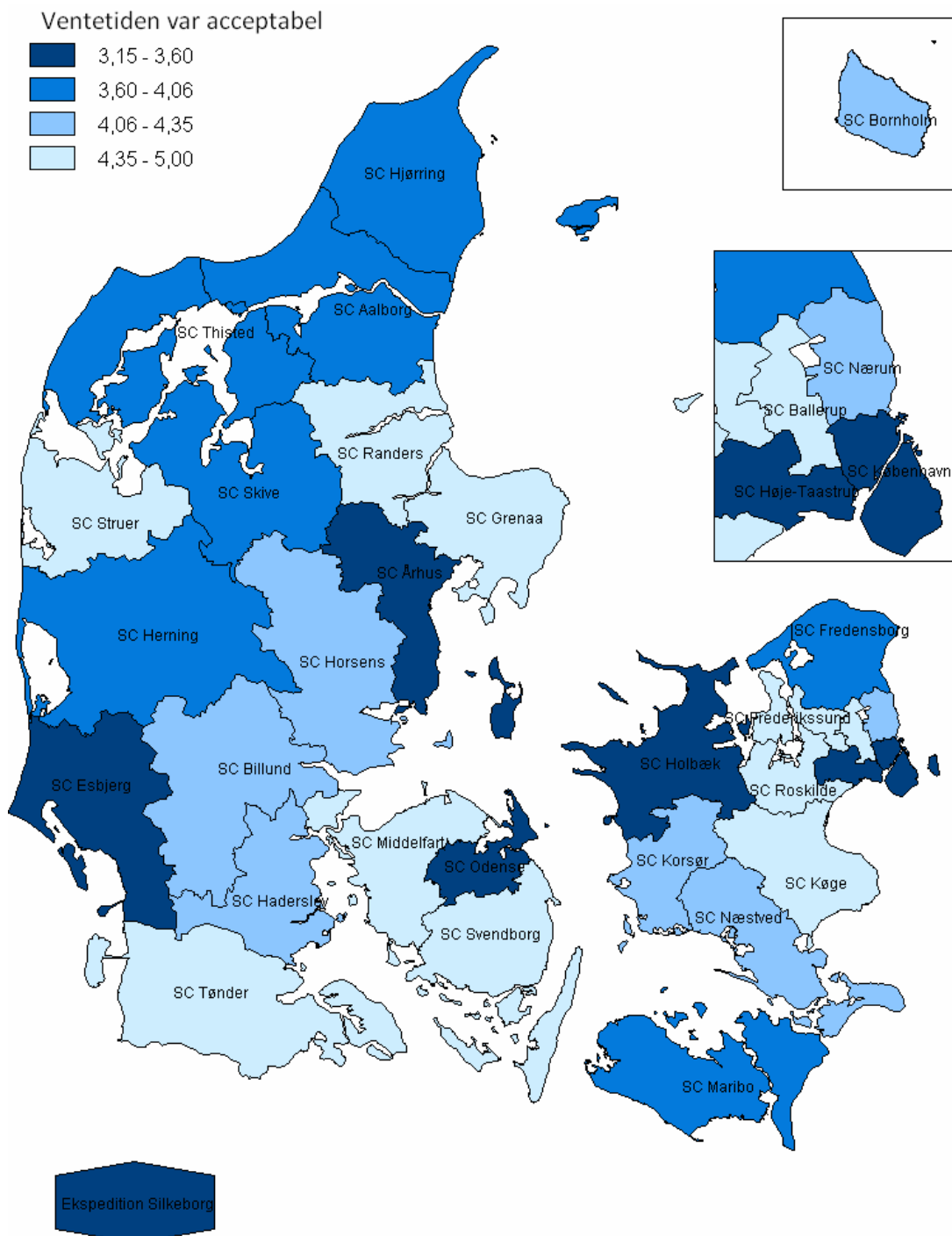
4.8 Geografisk visning af tilfredshed med fagligheden på skattecenterniveau



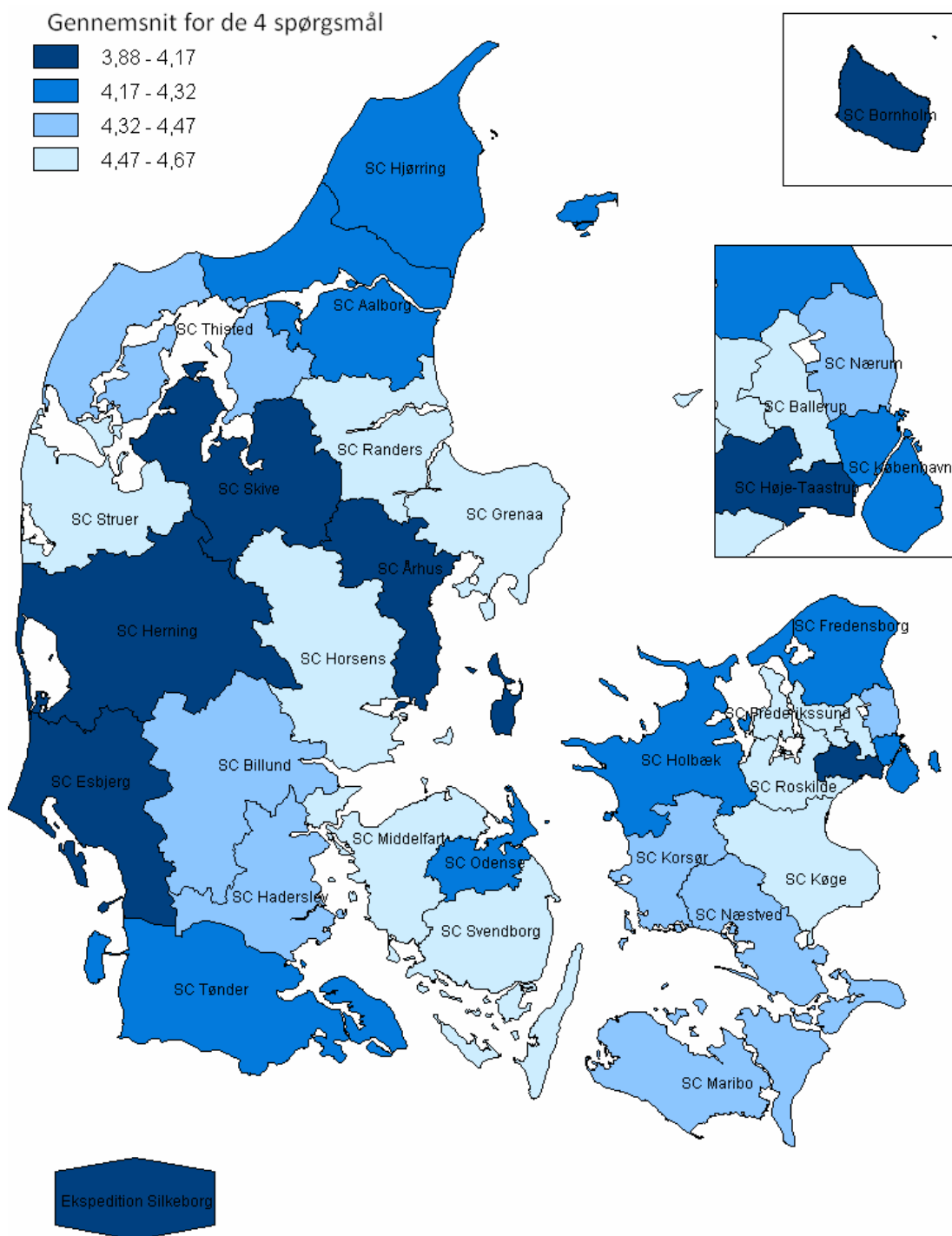
4.9 Geografisk visning af tilfredsheden med medarbejdernes venlighed og imødekommenhed på skattecenterniveau



4.10 Geografisk visning af tilfredsheden med ventetiden på skattecenterniveau



4.11 Geografisk visning af gennemsnittet for de 4 spørgsmål



Bilag 1 - Gennemsnit på skattecenterniveau

I tabellen herunder ses gennemsnits score pr. skattecenter for hvert spørgsmål for hhv. private og forhandlere. Tabellen er sorteret i faldende orden efter subtotal på gennemsnit for de 4 spørgsmål.

		Jeg er alt i alt tilfreds med den service jeg netop har modtaget	Jeg fik faglig og korrekt ekspedition	Medarbejderen virkede venlig og imødekommende	Ventetiden var acceptabel	Gennemsnit for de 4 spørgsmål
SC Køge	Privatkunde	4,72	4,73	4,84	4,53	4,70
	Forhandler	4,63	4,59	4,70	4,48	4,60
	Subtotal	4,69	4,68	4,79	4,51	4,67
SC Roskilde	Privatkunde	4,64	4,73	4,82	4,45	4,66
	Forhandler	4,56	4,67	4,83	4,48	4,63
	Subtotal	4,60	4,70	4,82	4,46	4,65
SC Struer	Privatkunde	4,65	4,66	4,75	4,55	4,65
	Forhandler	4,59	4,50	4,73	4,50	4,58
	Subtotal	4,63	4,60	4,74	4,53	4,63
SC Svendborg	Privatkunde	4,57	4,56	4,74	4,58	4,61
	Forhandler	4,61	4,47	4,73	4,63	4,61
	Subtotal	4,59	4,52	4,74	4,60	4,61
SC Ballerup	Privatkunde	4,53	4,57	4,70	4,48	4,57
	Forhandler	4,62	4,62	4,79	4,36	4,60
	Subtotal	4,55	4,58	4,72	4,45	4,57
SC Middelfart	Privatkunde	4,44	4,42	4,61	4,46	4,48
	Forhandler	4,69	4,58	4,73	4,60	4,65
	Subtotal	4,54	4,48	4,65	4,51	4,55
SC Grenaa	Privatkunde	4,48	4,57	4,65	4,45	4,54
	Forhandler	4,42	4,50	4,50	4,54	4,49
	Subtotal	4,46	4,55	4,61	4,48	4,52
SC Randers	Privatkunde	4,52	4,51	4,61	4,34	4,50
	Forhandler	4,64	4,59	4,70	4,41	4,58
	Subtotal	4,55	4,53	4,63	4,35	4,52
SC Frederikssund	Privatkunde	4,13	4,39	4,61	4,42	4,39
	Forhandler	4,61	4,57	4,82	4,57	4,64
	Subtotal	4,33	4,47	4,70	4,48	4,50
SC Nærum	Privatkunde	4,44	4,48	4,71	4,21	4,46
	Forhandler	4,44	4,45	4,61	4,00	4,37
	Subtotal	4,44	4,47	4,68	4,14	4,43
SC Bornholm	Privatkunde	4,58	4,50	4,75	4,42	4,56
	Forhandler	4,00	4,00	4,00	3,75	3,94
	Subtotal	4,44	4,38	4,56	4,25	4,41
SC Haderslev	Privatkunde	4,40	4,44	4,64	4,11	4,40
	Forhandler	4,39	4,47	4,57	4,05	4,37
	Subtotal	4,40	4,45	4,61	4,09	4,39

SC Horsens	Privatkunde	4,25	4,40	4,58	4,05	4,32
	Forhandler	4,80	4,60	4,80	4,80	4,75
	Subtotal	4,31	4,42	4,60	4,13	4,37
SC Næstved	Privatkunde	4,44	4,47	4,59	4,21	4,43
	Forhandler	4,14	4,24	4,51	3,86	4,19
	Subtotal	4,35	4,40	4,57	4,11	4,36
SC Maribo	Privatkunde	4,31	4,41	4,54	4,06	4,33
	Forhandler	4,44	4,50	4,67	3,90	4,38
	Subtotal	4,34	4,43	4,57	4,02	4,34
SC Thisted	Privatkunde	4,43	4,55	4,61	4,20	4,44
	Forhandler	4,12	4,25	4,55	3,62	4,13
	Subtotal	4,33	4,45	4,59	4,01	4,34
SC Billund	Privatkunde	4,25	4,25	4,49	4,46	4,41
	Forhandler	4,26	4,29	4,32	4,15	4,26
	Subtotal	4,26	4,27	4,41	4,30	4,33
SC Tønder	Privatkunde	4,26	4,33	4,45	4,52	4,39
	Forhandler	4,28	4,23	4,26	4,21	4,24
	Subtotal	4,27	4,28	4,35	4,36	4,32
SC Korsør	Privatkunde	4,18	4,27	4,55	4,05	4,26
	Forhandler	4,53	4,26	4,53	4,16	4,37
	Subtotal	4,34	4,27	4,54	4,10	4,31
SC Hjørring	Privatkunde	4,38	4,43	4,46	4,10	4,35
	Forhandler	4,18	4,30	4,44	3,77	4,20
	Subtotal	4,30	4,38	4,45	3,96	4,29
SC Fredensborg	Privatkunde	4,16	4,28	4,45	3,73	4,16
	Forhandler	4,37	4,52	4,54	3,99	4,37
	Subtotal	4,23	4,35	4,48	3,81	4,22
SC Holbæk	Privatkunde	4,23	4,46	4,51	3,35	4,14
	Forhandler	4,45	4,70	4,74	3,99	4,47
	Subtotal	4,28	4,51	4,56	3,49	4,21
SC København	Privatkunde	4,30	4,38	4,50	3,43	4,15
	Forhandler	4,34	4,49	4,64	4,24	4,43
	Subtotal	4,30	4,39	4,52	3,58	4,20
SC Aalborg	Privatkunde	4,27	4,35	4,45	3,82	4,23
	Forhandler	4,15	4,30	4,45	3,59	4,12
	Subtotal	4,24	4,34	4,45	3,77	4,20
SC Odense	Privatkunde	4,28	4,41	4,58	3,47	4,18
	Forhandler	4,18	4,42	4,59	3,35	4,14
	Subtotal	4,25	4,41	4,58	3,44	4,17
SC Skive	Privatkunde	4,21	4,21	4,43	3,64	4,13
	Forhandler	4,17	4,30	4,70	3,61	4,20
	Subtotal	4,20	4,25	4,55	3,63	4,16
SC Høje-Taastrup	Privatkunde	4,31	4,48	4,57	3,20	4,14
	Forhandler	4,23	4,40	4,60	3,46	4,17
	Subtotal	4,29	4,46	4,57	3,26	4,15
SC Århus	Privatkunde	4,24	4,38	4,54	3,18	4,08
	Forhandler	4,36	4,53	4,67	3,35	4,23

	Subtotal	4,28	4,43	4,59	3,25	4,14
SC Herning	Privatkunde	4,17	4,33	4,45	3,83	4,20
	Forhandler	3,82	4,20	4,47	3,18	3,92
	Subtotal	4,06	4,29	4,45	3,63	4,11
Ekspedition- Silkeborg	Privatkunde	4,21	4,22	4,48	3,63	4,13
	Forhandler	4,10	4,11	4,33	3,52	4,03
	Subtotal	4,16	4,17	4,41	3,58	4,08
SC Esbjerg	Privatkunde	3,94	4,37	4,43	3,38	4,04
	Forhandler	3,61	3,88	3,98	2,66	3,53
	Subtotal	3,84	4,21	4,29	3,15	3,88

Bilag 2 – Det anvendte spørgeskema.

Dato: Forhandler: Privat:

Tidspunkt:

08.30-10.00	10.00-11.00	11.00-14.00	14.00-17.00
-------------	-------------	-------------	-------------

Kundetilfredshed i nummerpladeekspeditionen

Kundetilfredshed er vigtig. Derfor beder vi dig om at besvare de nedenfor anførte spørgsmål.

Sæt boller om de udsagn du synes er mest rigtige.

Undersøgelsen er anonym, og så snart du har udfyldt skemaet, bedes du lægge besvarelsen i den boks vi har opstillet til indsamling af besvarelsene.

Spørgsmål 1: Jeg er alt i alt tilfreds med den service jeg har modtaget:

1. Helt uenig 2. Uenig 3. Hverken enig eller uenig 4. Enig 5. Helt enig

Spørgsmål 2: Jeg fik en faglig og korrekt ekspedition:

1. Helt uenig 2. Uenig 3. Hverken enig eller uenig 4. Enig 5. Helt enig

Spørgsmål 3: Medarbejderen virkede venlig og imødekommende:

1. Helt uenig 2. Uenig 3. Hverken enig eller uenig 4. Enig 5. Helt enig

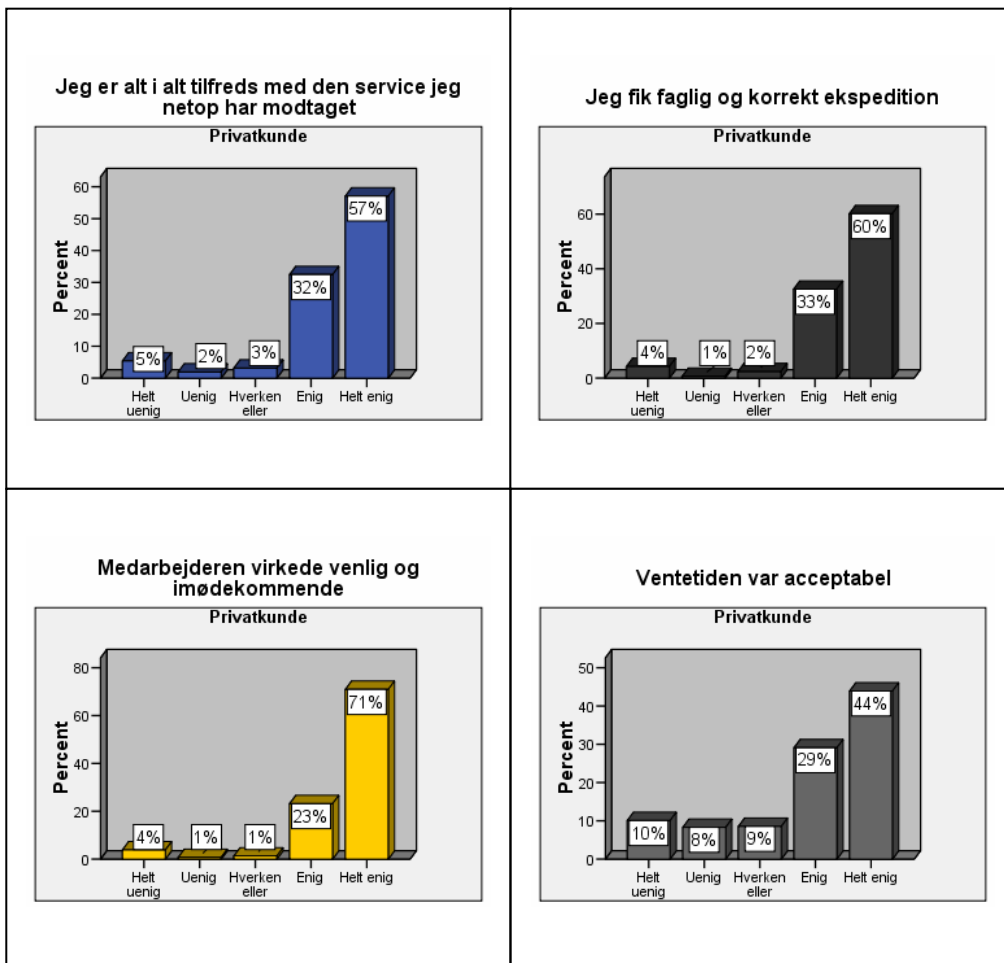
Spørgsmål 4: Ventetiden var acceptabel:

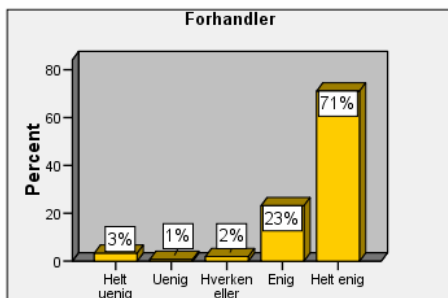
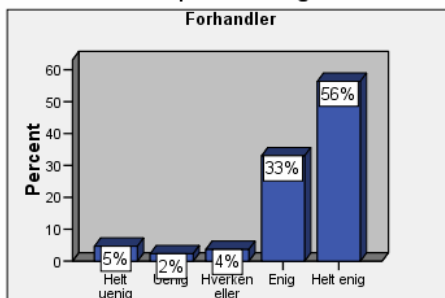
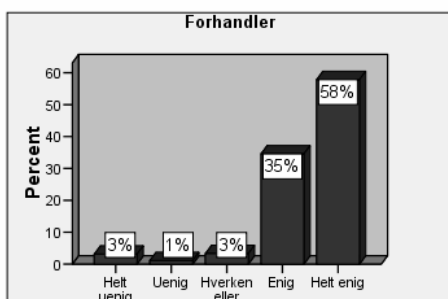
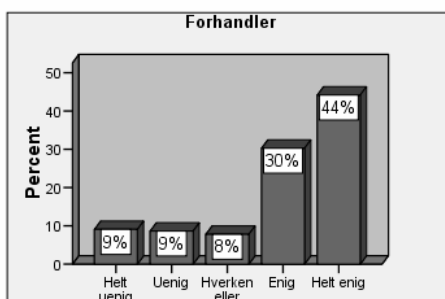
1. Helt uenig 2. Uenig 3. Hverken enig eller uenig 4. Enig 5. Helt enig

Øvrige bemærkninger til SKAT:

Mange tak for hjælpen!

Bilag 3 – Frekvensfordelinger af spørgsmålene
FREKVENSFORDELING PÅ DE 4 SPØRGSMÅL FOR PRIVATKUNDER



FREKVENSFORDELING PÅ DE 4 SPØRGSMÅL FOR FORHANDLERE**Medarbejderen virkede venlig og imødekommende****Jeg er alt i alt tilfreds med den service jeg netop har modtaget****Jeg fik faglig og korrekt ekspedition****Ventetiden var acceptabel**

Bilag 4 - Analyse af sammenhængen mellem spørgsmålene

Hvad betyder ventetiden eller en venlig og professionel betjening for at man som kunde føler, at man har fået god service? Formålet med at undersøge den slags spørgsmål er naturligvis et ønske om at få bedre indsigt i hvilke knapper, der kan skrues på for at forbedre servicen yderligere.

Sammenhæng mellem generel tilfredshed og korrekt faglig ekspedition

Når man analyserer på ordinale data, dvs. data som kan rangordnes mellem højere eller lavere kategorier, er en traditionel analysemetode, at anvende krydstabeller, til at vise, hvordan respondenternes svar på et spørgsmål fordeler sig på et andet spørgsmål.

Sammenhæng mellem generel tilfredshed og korrekt faglig ekspedition

			Jeg er alt i alt tilfreds med den service jeg netop har modtaget					Total
			Helt uenig	Uenig	Hverken eller	Enig	Helt enig	
Jeg fik faglig og korrekt ekspedition	Helt uenig	Antal	201	11	7	8	4	231
		Forventet antal	11,8	4,6	7,5	74,7	132,5	231,0
		Procent	87,0%	4,8%	3,0%	3,5%	1,7%	100,0%
	Uenig	Antal	14	24	2	7	2	49
		Forventet antal	2,5	1,0	1,6	15,8	28,1	49,0
		Procent	28,6%	49,0%	4,1%	14,3%	4,1%	100,0%
	Hverken eller	Antal	9	15	45	74	16	159
		Forventet antal	8,1	3,1	5,1	51,4	91,2	159,0
		Procent	5,7%	9,4%	28,3%	46,5%	10,1%	100,0%
	Enig	Antal	39	56	103	1475	303	1976
		Forventet antal	100,8	39,0	63,8	639,2	1133,3	1976,0
		Procent	2,0%	2,8%	5,2%	74,6%	15,3%	100,0%
	Helt enig	Antal	42	12	36	370	3104	3564
		Forventet antal	181,8	70,3	115,0	1152,8	2044,0	3564,0
		Procent	1,2%	,3%	1,0%	10,4%	87,1%	100,0%
	Total	Antal	305	118	193	1934	3429	5979
		Forventet antal	305,0	118,0	193,0	1934,0	3429,0	5979,0
		Procent	5,1%	2,0%	3,2%	32,3%	57,4%	100,0%

Sammenhængsmål for generel tilfredshed og korrekt faglig ekspedition

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Gamma	,905	,006	67,626	,000
N of Valid Cases		5979			

a. Not assuming the null hypothesis.

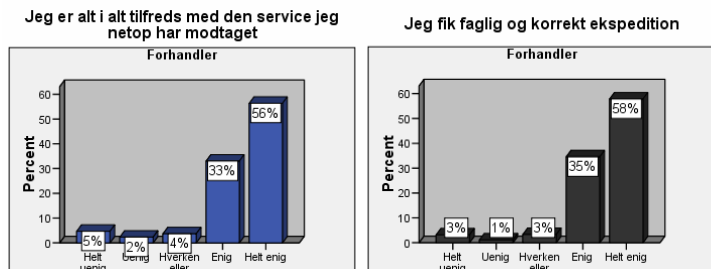
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Udover at studere selve krydstabelanalysen, kan man også beregne en såkaldt gamma-koefficient, hvilket er et statistiks mål for, i hvor høj grad man bliver bedre til at forudsige en kundes svar på ét spørgsmål ved at kende dennes svar på et andet spørgsmål. Gamma-målet går fra -1 til +1. En koefficient på -1 repræsenterer en perfekt negativ sammenhæng, 0 betyder ingen sammenhæng og et tal tæt på +1 viser en næsten perfekt positiv sammenhæng – f.eks. jo

mere tilfreds med f.eks. fagligheden desto mere tilfreds med den generelle service.

Som det ses i tabellen ligger Gamma-målet for sammenhængen mellem faglig og korrekt ekspedition og generel tilfredshed på $0,9^2$. Dette er en yderst stærk sammenhæng, hvilket også ses illustreret i selve krydstabellen. Ser man f.eks. på de 231 respondenter, som har svaret "meget uenig" på spørgsmålet om faglighed, så erklærer 201 (87%) af dem sig også "meget utilfredse" med servicen generelt. Hvis der ingen sammenhæng var mellem de to variable, skulle dette tal kun have ligget omkring ca. 12, hvilket også kan aflæses i tabellen under "Forventet antal"

Spørgsmålet er nu, hvad man egentlig kan konkludere om sammenhængen mellem faglighed og generel tilfredshed. Umiddelbart ser det jo ud som om, der er en stærk sammenhæng, men spørgsmålet er, hvor pålydende det skal tages. Det store spørgsmål er nemlig, i hvilken grad faglighed i sig selv er en dimension af nummerpladeservicen, som kunderne rent faktisk har en forudsætning for at vurdere? Med så klare samsvar mellem de 2 variable, er der reel grund til formode, at når kunderne svarer på spørgsmålet om faglighed er det i virkeligheden deres generelle tilfredshed de udtrykker – hvilket jo forklarer den næsten perfekte sammenhæng.³



På baggrund af denne mulige fortolkning, er der således grund til at overveje, om spørgsmålet enten helt skal undlades eller omformuleres i oktober-målingen.

Sammenhæng mellem generel tilfredshed og en venlig og imødekommende service

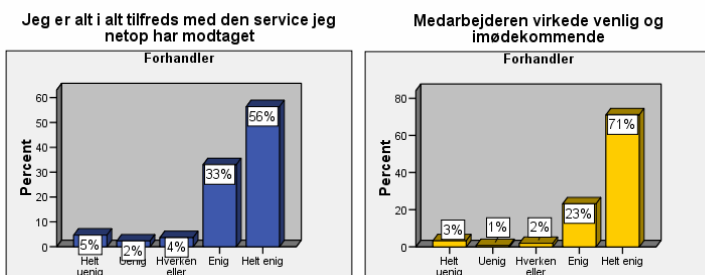
Ser vi nu på sammenhængen mellem spørgsmålet om en venlig og imødekommende service og kundens generelle tilfredshed, finder vi en ligeledes en meget stærk sammenhæng på $0,88$. Selv om man

² I samme tabel hvor gamma målet kan man i øvrigt se at det statistiske signifikans niveau er på $0,000$ hvilket ganske enkelt betyder, at sandsynligheden for at den observerede sammenhæng mellem de to variable blot skyldes en tilfældighed i stikprøveudvælgelsen er under en tusindedel.

³ Denne fortolkning kan også ses illustreret grafiske i afsnit (x) hvor man kan se at andelen i svarkategorierne er næsten 100% identiske.

muligvis også her kunne være skeptisk omkring, i hvor høj en grad den generelle tilfredshed og oplevelsen af en venlig og imødekommende betjening kan (eller skal) adskilles, så er der alligevel to forhold, der taler imod en sådan fremlægning. For det første er venlighed og imødekommenehed vigtige hverdagsbegreber, som alle har en forudsætning for at vurdere. For det andet kan vi observere en noget større variation i fordelingen mellem svarkategorierne på de 2 spørgsmål. Som det ses i nedenstående diagram er 71 % således "helt enige" i "at medarbejderen virkede venlig og imødekommende" mens "kun" 56 % er "helt enige" i, at de alt i alt er tilfredse med den service de netop har modtaget.

Ud fra ovenstående har vi altså grund til at antage at en venlig og imødekommende service har en meget afgørende betydning for om kunden generelt er tilfreds med servicen, men at også andre forhold, så som ventetid kan en selvstændig betydning.



1 Sammenhæng mellem generel tilfredshed og en venlig og imødekommende service

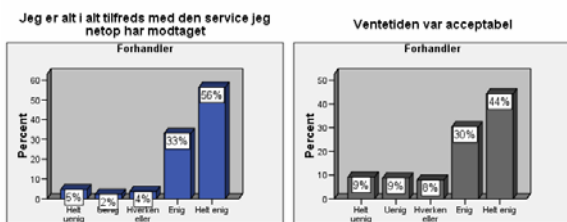
			Jeg er alt i alt tilfreds med den service jeg netop har modtaget					Total
			Helt uenig	Uenig	Hverken eller	Enig	Helt enig	
Medarbejderen virkede venlig og imødekommende	Helt uenig	Antal	187	14	4	10	3	218
		Forventet antal	11,1	4,3	7,0	70,6	125,0	218,0
		Procent	85,8%	6,4%	1,8%	4,6%	1,4%	100,0%
	Uenig	Antal	10	12	8	9	3	42
		Forventet antal	2,1	,8	1,4	13,6	24,1	42,0
		Procent	23,8%	28,6%	19,0%	21,4%	7,1%	100,0%
	Hverken eller	Antal	12	11	21	33	8	85
		Forventet antal	4,3	1,7	2,7	27,5	48,7	85,0
		Procent	14,1%	12,9%	24,7%	38,8%	9,4%	100,0%
	Enig	Antal	34	55	100	1051	136	1376
		Forventet antal	70,2	27,1	44,4	445,3	789,0	1376,0
		Procent	2,5%	4,0%	7,3%	76,4%	9,9%	100,0%
Helt enig	Antal	62	26	60	833	3280	4261	
	Forventet antal	217,3	84,1	137,5	1379,0	2443,2	4261,0	
	Procent	1,5%	,6%	1,4%	19,5%	77,0%	100,0%	
Total	Antal	305	118	193	1936	3430	5982	
	Forventet antal	305,0	118,0	193,0	1936,0	3430,0	5982,0	
	Procent	5,1%	2,0%	3,2%	32,4%	57,3%	100,0%	

Sammenhængsmål for tilfredshed og en venlig service

		Value	Asymp. Std. Error	Approx. T	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Gamma	,886	,007	50,789	,000
N of Valid Cases		5982			

Sammenhæng mellem generel tilfredshed og oplevet ventetid

Ventetid er måske det forhold, der bliver nævnt mest når man taler om at forbedre kundetilfredsheden. Det er da også utvivlsomt at en hurtig betjening er et meget vigtigt parameter i forhold til om man er overordnet er tilfreds med servicen. Og sammenhængen mellem ventetid og kundetilfreds ligger da også på 0,73 hvilket er særdeles højt. Set i lyset af at det stort set altid er ventetiden der bliver diskuteret som det afgørende parameter for kundetilfredsheden er det derfor interessant, at sammenhængsgraden er lavere end sammenhængen mellem ventetid og en venlig og imødekomende service.



		Jeg er alt i alt tilfreds med den service jeg netop har modtaget					Total	
		Helt uenig	Uenig	Hverken eller	Enig	Helt enig		
Ventetiden var acceptabel	Helt uenig	Antal	188	59	50	152	573	
		Forventet antal	29,2	11,4	18,5	185,4	328,5	573,0
		Procent	32,8%	10,3%	8,7%	26,5%	21,6%	100,0%
	Uenig	Antal	27	34	62	256	114	493
		Forventet antal	25,1	9,8	15,9	159,5	282,6	493,0
		Procent	5,5%	6,9%	12,6%	51,9%	23,1%	100,0%
	Hverken eller	Antal	18	8	39	274	156	495
		Forventet antal	25,2	9,8	16,0	160,2	283,8	495,0
		Procent	3,6%	1,6%	7,9%	55,4%	31,5%	100,0%
	Enig	Antal	36	10	34	995	686	1761
		Forventet antal	89,8	35,0	56,8	569,8	1009,6	1761,0
		Procent	2,0%	,6%	1,9%	56,5%	39,0%	100,0%
Helt enig	Antal	36	8	8	259	2350	2661	
	Forventet antal	135,7	52,9	85,8	861,1	1525,5	2661,0	
	Procent	1,4%	,3%	,3%	9,7%	88,3%	100,0%	
Total	Antal	305	119	193	1936	3430	5983	
	Forventet antal	305,0	119,0	193,0	1936,0	3430,0	5983,0	
	Procent	5,1%	2,0%	3,2%	32,4%	57,3%	100,0%	

Sammenhængsmål for generelt tilfredshed og oplevet ventetid

		Value	Asymp. Std. Error	Approx. T	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Gamma	,731	,010	52,229	,000
N of Valid Cases		5983			

Sandsynligheder for at svare tilfreds eller meget tilfreds på baggrund af hvad kunden har svaret på spørgsmål 2-4.

Et af problemerne ved isoleret, at se på hvordan én variabel påvirker en anden er, at man ikke kan vide hvor meget af sammenhængen mellem f.eks. venlig service og generel tilfredshed, der i virkeligheden skyldes at ventetiden også var kort

Dette problem kan løses ved at putte de forklarende variable, det vil sige spørgsmålene og ventetid, venlighed ind i en statistisk model som kan kontrollere de 2 variables effekt for hinanden og derefter anvendes til at "forudsige" hvad sandsynlighederne for at kunden svarer henholdsvis "meget utilfreds" "utilfreds" "hverken eller" "tilfreds" eller "meget tilfreds" på spørgsmålet om generel tilfredshed, ved forskellige udfaldskombinationer af de forklarende variable. (Bemærk at SPM 2 vedr. faglighed undlades på grund af de førnævnte validitetsproblemer)

Før vi bevæger os ind på den mere substantielle fortolkning, er det kutyme at beskrive et par grundlæggende karakteristika ved modellen samt måden den er her er valgt præsenteret på.

- Først og fremmest viser modellen at både venlighed og ventetid begge har stor betydning⁴ den generelle tilfredshed, selv når man kontrollerer effekten af hvert spørgsmål for hinanden⁵.
- Modellens forklaringskraft er høj. Godt 60% af variationen i spørgsmålet om den generelle tilfredshed kan forklares med venlighed og ventetid⁶.
- Endeligt skal det, for en god ordens skyld nævnes, at den statistiske model, der er anvendt, hører til klassen af de såkaldte ikke-lineære regressions modeller hvis direkte koefficienter beklageligvis er ret komplekse at fortolke⁷. For den meget interesserede læser kan selve regressions-koefficienterne findes i bilag (x).

⁴ Begge er statistisk signifikante på et 0.000 niveau.

⁵ At kontrollere en variabel for en anden betyder simpelthen at man undersøger om f.eks. sammenhængen mellem venlighed og generel tilfredshed ikke i virkeligheden skyldes, at de samme kunder også var tilfredse med ventetiden kan gøre en tilsyneladende sammenhæng falsk (spuriøs)

⁶ Eller sagt på en anden måde: I forhold til blot at gætte på det hyppigst forekommende svar, bliver vi 60 % bedre til at forudsige hvad en respondent har svaret med hensyn til generel tilfredshed hvis vi kender vedkommendes svar på spm. 3 og 4.

⁷ Til beregningen bruges en såkaldt "Multipel Ordinal logitstisk regressionsmodel" hvis koefficienter repræsenterer log-odds som skal ses i forhold til en referencekategori. Dette er meget komplekst at formidle så fleste økonomiske lærebøger anbefaler derfor at vælger alternative formidlingsformer.

Med det mere formelle således på plads, iler vi videre til en mere substantiel fortolkning af hvad der betyder mest for en god kundeoplevelse, ventetid eller imødekommende og venlig service?

Nedenstående Tabel 1, på næste side, viser sandsynlighederne for hvilket svar en kunde giver på det generelle tilfredshedsspørgsmål alt efter hvad han eller hun har svaret på (udvalgte kombinationer) af på spørgsmålene vedr. venlighed og ventetid.

I tabellens første 5 kolonner vises sandsynlighederne for at svare henholdsvis "Meget Utilfreds" "Utilfreds" "Hverken eller" "Tilfreds" eller "Meget Tilfreds" for respondenter som er "Meget Utilfredse" med ventetiden men har varierende opfattelser af hvor venlige imødekommende SKAT's medarbejdere er.

Man kan således aflæse, af sandsynligheden for at svare "meget tilfreds" med den generelle service i alt er ca. 2%, hvis kunden er meget utilfreds med både venlighed og ventetid. Dette er i sig selv nok ikke videre overraskende, men det interessante er, at denne sandsynlighed ændres drastisk, hvis tilfredsheden med venligheden stiger.

For en kunde som er helt og aldeles utilfreds med ventetiden men samtidig meget tilfreds med venligheden og imødekommenheden, er sandsynligheden for at svare "Tilfreds" eller "Meget Tilfreds" med den generelle service steget til hele 91%.

Opsummerende er det vi finder er altså, at til trods for at kunderne er meget utilfredse med ventetiden kan de overordnet godt være meget tilfredse med den generelle service når bare de føler at medarbejderne er venlige og imødekommende.

Tabel 1 - Sandsynligheder for grader af generel tilfredshed for udvalgte sammensætninger af svar på SPM: 3 og 4

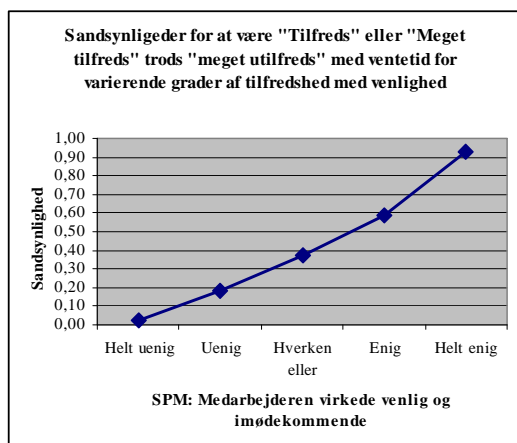
Venlighed	Ventetid	SPM1: Hvor tilfreds er du alt i alt med den service du netop har modtaget?					Modellens forudsagte kategori
SPM 3	SMP 4	Sandsynligheder for at svare :					
		Meget Utilfreds	Utilfreds	Hverken eller	Tilfreds	Meget Tilfreds	
<i>Helt uenig</i>	Helt uenig	0,91	0,04	0,02	0,02	0	Helt uenig
<i>Uenig</i>	Helt uenig	0,51	0,17	0,14	0,17	0,01	Helt uenig
<i>Hverken eller</i>	Helt uenig	0,28	0,17	0,19	0,35	0,02	Enig
<i>Enig</i>	Helt uenig	0,13	0,11	0,17	0,54	0,05	Enig
<i>Helt enig</i>	Helt uenig	0,02	0,02	0,04	0,62	0,31	Enig
Helt uenig	<i>Helt uenig</i>	0,91	0,04	0,02	0,02	0	Helt uenig
Helt uenig	<i>Uenig</i>	0,86	0,07	0,04	0,03	0	Helt uenig
Helt uenig	<i>Hverken eller</i>	0,8	0,09	0,05	0,05	0	Helt uenig
Helt uenig	<i>Enig</i>	0,73	0,12	0,08	0,07	0	Helt uenig
Helt uenig	<i>Helt enig</i>	0,33	0,18	0,18	0,29	0,01	Helt uenig

I tabellens følgende 5 kolonner (under den grå streg) er den tilsvarende øvelse lavet. Forskellen er her, at vi nu illustrerer hvordan sandsynlighederne ændrer sig for kunder som alle er meget utilfredse med venligheden men har varierende opfattelser af ventetiden.

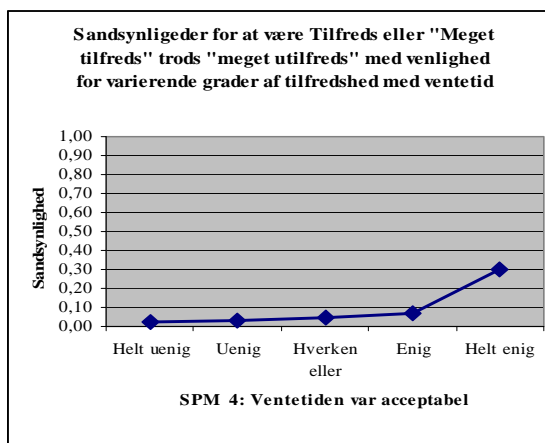
Dét som er interessant at bide mærke i er, at sandsynligheden for at være overordnet tilfreds eller meget tilfreds, stort set ikke ændrer sig i takt med, at tilfredsheden med ventetiden stiger. For kunder som er meget utilfredse med venligheden, men tilfredse med ventetiden, er sandsynligheden for at svare "tilfreds" kun 7%. Først hvis kunden er "meget tilfredshed" med ventetiden stiger sandsynligheden markant til 29%.

De ovennævnte sammenhænge er nedenfor søgt illustreret i henholdsvis Figur 1 og Figur 2. Figur 1 viser således sandsynlighederne for at være overordnet "tilfreds" eller "meget tilfreds" for kunder, som har det tilfælles, at de alle er meget utilfredse med ventetiden men derudover har varierende oplevelser af venligheden. Som det ses stiger sandsynligheden for at være tilfreds eller meget tilfreds med ca. 20% for hver gang tilfredsheden med

Figur 1



Figur 2



venligheden stiger med 1 trin.

Sammenholder man Figur 2 med Figur 1 ser man analysens mest interessante opdagelse illustreret. Det vi kan se er, at hvor utilfredshed med ventetiden kan overkommles så længe at kunderne føler at SKAT's medarbejdere yder dem en venlig og imødekommende service, så er tilfredshed med ventetiden uden den store effekt hvis kunderne samtidig ikke oplever at medarbejderne er venlige og imødekommende.

Konklusion: Hvad har mest betydning for en god kundeoplevelse?

Ovenstående analyse har vist følgende:

- Den observerede sammenhæng mellem faglighed og generel tilfredshed har så stor samvariation, at det tyder på, at kunderne ikke kan skelne de 2 ting fra hinanden. Faglighed er sandsynligvis ikke et forhold, som de fleste kunder mener, at have nogen forudsætning, for at vurdere. Derfor bør det overvejes om spørgsmålet skal omformuleres eller helt undlades i den næste måling.
- Både venlighed og ventetid er 2 forhold, som har stor betydning for den generelle tilfredshed.
- Ved hjælp af multivariat analyseteknik er det blevet vist, at generel utilfredshed, trods lange ventetider, kan vendes til tilfredshed, når blot kunderne føler at SKAT's medarbejdere er venlige og imødekommende. Dette gælder i mindre grad den anden vej. For kunder som har det tilfælles, at de er utilfredse med venligheden, kan selv en meget høj grad af tilfredshed med ventetiden, kun i meget begrænset omfang flytte ved sandsynligheden for høj generel tilfredshed. Alt i alt kan man således konkludere at venlighed betyder mere for tilfredsheden end ventetider gør.

Alt i alt tyder undersøgelsens tal på, at SKAT's medarbejdere i landets 31 nummerpladeekspeditioner udøver en særdeles glimrende kundeservice, når der kan opnås så flotte resultater på trods af relativt lange ventetider.

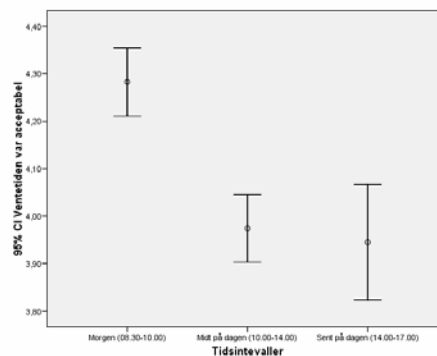
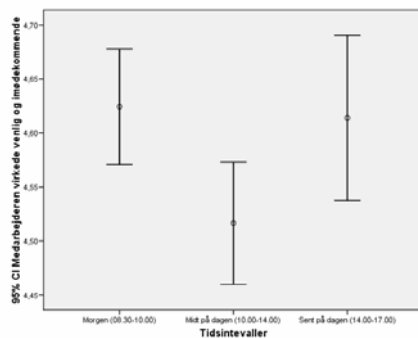
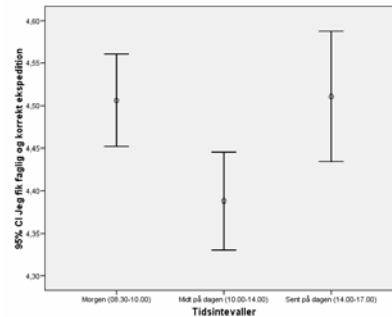
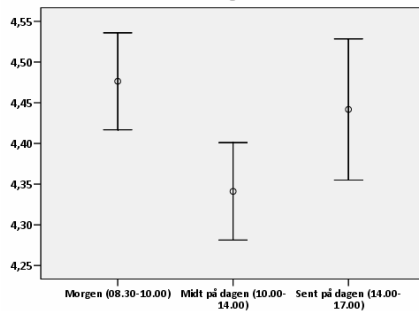
For SKAT andre kundetilfredshedsundersøgelser er det således interessant og effekten af en venlighed og imødekommende også kan afbøde en stor del af effekten af de nogle gange lange ventetider på f.eks. telefonområdet.

Bilag 5 - Sammenhæng mellem kundetilfredshed og tidspunkt på dagen.

I forbindelse med uddelingen af spørgeskemaerne blev ekspeditionsstederne bedt om at notere på hvilket tidspunkt på dagen skemaet blev udfyldt. Nedenstående 4 diagrammer viser hvordan tilfredshedsgennemsnittene fordeler sig over dagen på de 4 spørgsmål. Gennemsnittet er illustreret ved selve prikken i midten af stavene, og stavene selv indikerer den statistiske usikkerhed omkring estimatet. Dette betyder at hvis to "stave" ikke overlapper, kan man med 95% sandsynlighed være sikker på gennemsnittene for to 2 tidsintervaller er forskellige i bare i stikprøven, men også i populationen.

Diagrammerne viser overordnet set det samme billede. Kunderne er mindst tilfredse med betjeningen om midt på dagen. Dette skyldes med det gennemsnitligt er i denne periode at ventetider er længst. Dette bekræftes af at effekten af tidspunkt på dagen forsvinder når man kontrollerer for effekten af spørgsmålet om ventetiden i den multivariate model.

95% CI Jeg er alt i alt tilfreds med den service jeg netop har modtaget



Jeg er alt i alt tilfreds med den service jeg netop har modtaget

	N	Gennemsnit	95% Confidens Interval for Gennemsnit	
			Nedre grænse	Øvre grænse
Morgen (08.30-10.00)	867	4,4764	4,4168	4,5360
Midt på dagen (10.00-14.00)	1114	4,3411	4,2813	4,4009
Sent på dagen (14.00-17.00)	455	4,4418	4,3550	4,5285
Total	2436	4,4080	4,3698	4,4463

Bilag 6 - En note vedr. talmaterialets validitet og reliabilitet

Kvaliteten af statistiske undersøgelser bedømmes traditionelt ud fra kriterierne om validitet og reliabilitet. Validitet er spørgsmålet om hvor vidt datagrundlaget er repræsentativt i forhold til det man ønsker at undersøge – med andre ord, måler det man siger at man måler. Reliabilitet på, den anden side, handler om præcisionen i undersøgelsen estimerer. Dette er primært et spørgsmål om, om antallet af respondenter er stort nok til at man kan sige noget tilstrækkeligt præcist om hvor det sande befolkningsgennemsnit ligger.

Undersøgelsens validitet.

Alle statistiske undersøgelser bygger på den antagelse at observationssættet kan opfattes som en simpel tilfældig stikprøve fra en bagvedliggende population. Da formålet med denne rapport er at sige noget sikkert om befolkningens generelle tilfredshed med SKAT's håndtering af nummerpladeopgaven, betyder dette at alle kunder bør have samme sandsynlighed for at medvirke i undersøgelsen. Dette vil dog sjældent være tilfældet da en række faktorer ofte vil afholde bestemte segmenter fra at kunne deltage med samme sandsynlighed end andre. Sådanne afvigelser kan være systematiske eller rent tilfældige.

Tilfældige afvigelser udgør som sådan ikke et problem for undersøgelsen da afvigelserne vil være normalfordelt over observationssættet. F.eks. kan man sige at det ikke bør påvirke gyldigheden af resultaterne at det kun er kunder, der henvendte sig i uge 10, som har haft mulighed for at deltage, idet man lige så godt kunne have valgt en anden uge at gennemføre undersøgelsen og der synes at være noget der taler for at hverken kunderne eller kvaliteten af betjeningen adskiller sig markant fra årets andre uger.

Anderledes forholder det sig med de systematiske afvigelser. Selv om alle kunder, der henvendte sig ved motorekspeditionsstederne i uge 10 blev opfordret til at deltage i undersøgelsen var det "kun" ca. 1/3 (6033 ud af 19.330 kundeforhøring) som takkede ja til at deltage i undersøgelsen. Selv om dette på sin vis er en yderst tilfredsstillende svarprocent, så forbliver det et åbent spørgsmål om de 2/3 dele, der valgte ikke at deltage i undersøgelsen adskiller sig systematisk i deres tilfredsheds med servicen fra dem som rent faktisk deltog. På den ene side kan der argumenteres for at tilfredshedsgennemsnittene er betænkeligt høje i forhold til andre områder hvor SKAT måler kundetilfredshed⁸ - dette kunne tale for at det at der en vis bias i

⁸ For eksempel ligger gennemsnitstilfredsheden for marts måned på kanalerne SKAT.DK, TELFON og EMAIL på henholdsvis 3,5 3,7 og 3,5.

undersøgelsen, således at der muligvis kunne være en vis sammenhæng mellem det at være tilfreds med servicen og lyst til at deltage i undersøgelsen. På den anden side er spørgeskemaet så kort (5 spørgsmål) at selv de mest fortravlede personer burde have haft tid til at udfylde det. Desuden må det tages i betragtning, at hvis 1/3 af kunderne har en gennemsnit tilfredshed på 4,3 så skal den resterende del virkelig adskille sig markant fra den deltagende andel hvis det for alvor skal påvirke undersøgelsens resultater.

Alt i alt må det således vurderes, at validitet af undersøgelsen er god, dog med en lille potentiel bias i retning at et, en smule overvurderet tilfredshedsgennemsnit.

Undersøgelsens reliabilitet.

Hvor mange respondenter der skal spørges i en spørgeskemaundersøgelse afhænger af 2 ting. For det første hvor stor nøjagtighed man vil have, og for det andet i hvilken grad der er variation i gruppen i forhold til de central spørgsmål man vil undersøge. Er der således tale om meget lille variation i gennemsnitstfredsheden mellem skattecentre skal der en stor stilprøve til for at man kan afvise at eventuelle forskelle ikke skyldes tilfældigheder i udvælgelsen.

I forhold til nøjagtigheden (reliabiliteten) af estimerne siger almindelig stikprøve teori, at der er en logaritmisk sammenhæng mellem antallet af respondenter og stikprøveusikkerheden. Dette betyder, at efter ca. 1000 interviews, falder nytten af at inddrage en ekstra respondent betydeligt⁹. Skal man sammenligne tilfredshedsgennemsnit på samarbejds- og skattecenterniveau kræver dog en noget større stikprøve, specielt hvis der kun er meget små variationer i gennemsnittene.

Da der, som nævnt, ikke tidligere er lavet kundetilfredshedsmålinger på nummerpladeområdet har det ikke været muligt at give et kvalificeret bud på hvor stor variation i kundetilfredshed, der eksisterer mellem de forskellige samarbejder og skattecentre. For at sikre så stor en stikprøve som muligt blev det således besluttet at alle kunder, der henvendte sig i skrankerne hos motor-ekspeditionsstederne fik udleveret et spørgeskema.

I alt valgte 6033 ud af de 19.330 personer, som blev betjent ved skrankerne at udfylde et spørgeskema. Som Tabel 2 viser, tilkendegav 3995 af 6033 respondenter at de henvendte sig som privat personer og 1789 at de var forhandlere¹⁰.

⁹ Denne regel gælder faktisk i store træk *uanset* størrelsen af den population man ønsker at drage konklusioner omkring.

¹⁰ 249 person har således ikke besvaret spørgsmålet om de henvendte sig som privatperson eller forhandler.

Givet at de kunder som har besvaret spørgeskemaet ikke adskiller sig systematisk fra dem som ikke har besvaret det¹¹, betyder disse tal, at tilfredshedsestimaterne på landsniveau og samarbejdsniveau er meget præcise. På landsniveau kan man således med 99 procents sikkerhed sige at det sande befolknings gennemsnit ligger i intervallet mellem 4,31 og 4,38.

Som også ses i Tabel 2, er der ca. 1000 respondenter pr samarbejde. Hvilket giver en stikprøve usikkerhed på ca. +/- 3 procent. Dette burde være rigeligt til at opdage signifikante forskelle mellem samarbejder.

På skattecenterniveau bliver en del større usikkerhed omkring estimerne. Antallet af respondenter svinger betydeligt men samlet kan man sige at med et respondenttal på omkring 100 må man acceptere en stikprøve usikkerhed på omkring +/- 10%. Dette betyder, at der skal være meget store forskelle i kundetilfredsheden, hvis man på et fagligt statistiks grundlag skal kunne argumentere for, at der er forskelle i kundetilfredshed mellem skattecentrene, som ikke skyldes naturlige tilfældigheder i stilprøveudvælgelsen.

Alt i alt kan man konkludere at, med 6033 respondenter, bygger undersøgelsen, på lands- og samarbejdsniveau, på et særdeles solidt stikprøvegrundlag. Det bygger selvfølgelig på antagelsen om at der ikke er nogen betydelig bias mellem de respondenter som vælger at deltage i undersøgelsen og dem som valgte ikke at gøre det. Dette paramenter er selvsagt svært at kontrollere men alt i alt synes der ikke at være noget der taler for at stikprøven lider af nogen alvorlig bias.

¹¹ F.eks. at de kun er de tilfredse kunder som har ønsket at medvirke. Dette er der dog ikke noget der umiddelbart taler for andet en i få tilfælde hver en kunder har været meget frustrerede.

Tabel 2 - ANTAL RESPONDENTER PR. SKATTECENTER

		Privat/Forhandler	
		Privatkunde	Forhandler
		Antal respondenter	Antal respondenter
Midjylland	Ekspedition-Silkeborg	67	61
	SC-Grenå	60	24
	SC-Herning	101	45
	SC-Horsens	40	5
	SC-Randers	270	74
	SC-Struer	110	70
	SC-Århus	255	153
	Total	903	432
Midt- og Sydsjælland	SC-Holbæk	252	69
	SC-Korsør	22	19
	SC-Køge	100	54
	SC-Maribo	163	48
	SC-Næstved	90	37
	SC-Roskilde	74	63
	Total	701	290
Nordjylland	SC-Hjørring	99	71
	SC-Skive	28	23
	SC-Thisted	135	70
	SC-Aalborg	274	83
	Total	536	247
Nordsjælland-København	SC-Ballerup	129	39
	SC-Bornholm	12	4
	SC-Fredensborg	201	91
	SC-Frederikssund	38	28
	SC-Høje-Taastrup	122	35
	SC-København	352	74
	SC-Nærum	96	50
	Total	950	321
Sydjylland-Fyn	SC-Billund	36	34
	SC-Esbjerg	141	64
	SC-Hadersslev	178	107
	SC-Middelfart	150	91
	SC-Odense	286	111
	SC-Svendborg	72	49
	SC-Tønder	42	43
	Total	905	499