



مؤشر سيرفس هيرو لجودة الخدمة نتائج الكويت لعام 2012

Powered by



Academic sponsors

Member of

ESOMAR¹³
corporate

نبذة عن منهجية مؤشر سيرفيس هيرو

المنهجية:

مؤشر سيرفيس هيرو هو استفتاء يتم إجراؤه عبر الإنترنت، حيث يقوم المشاركون في هذا الاستفتاء المتعلق بتقييم جودة الخدمة المقدمة لهم من قبل القطاعات الخاصة في دولة الكويت عبر الإدلاء بأصواتهم مباشرة من خلال الموقع الإلكتروني servicehero.com في الفترة من 1-31/10-12

العينة الإحصائية:

يهدف المؤشر إلى جمع ما مجموعه 10,000 صوت من الكويت موزعة على 17 قطاع مدرج ضمن التقييم، ولكل من تلك القطاعات حصة من الأصوات مع 350 تقييم كحد أدنى، علماً بأن مستوى الثقة بالعينة هو 95% مع هامش للخطأ يتراوح بين +/- 5%.

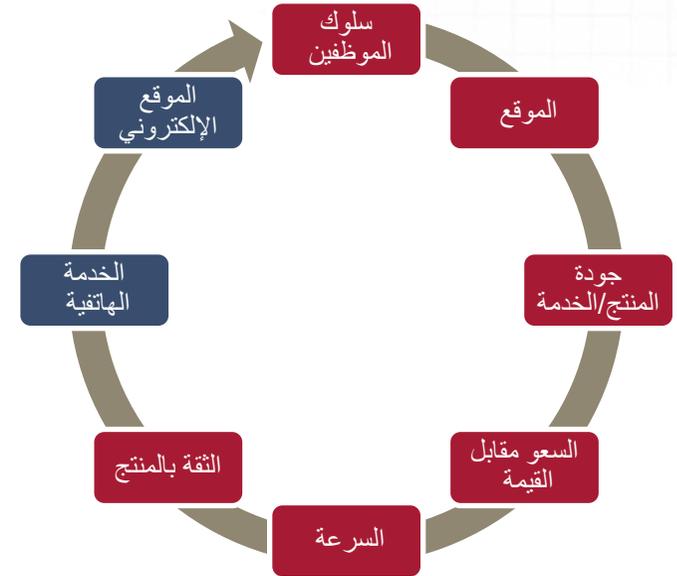
تقييم الدرجات:

يقيم المشاركون بالاستفتاء جودة الخدمة لكل من القطاعات المدرجة بالتقييم على مقياس من 1-10، حيث 10 تعتبر أعلى درجة. كان هناك ثمانية أسئلة متماثلة عبر كل القطاعات جرى طرحها وهي تغطي عوامل الخدمة الرئيسية يستثنى من ذلك سؤالين في الاستفتاء يطرحان فقط لبعض القطاعات هما الموقع الإلكتروني والخدمة الهاتفية.

كما تم طرح سؤال على المستفتين حول الرغبة في تزكية أحد العلامات التجارية/الشركات إلى أحد من الأقارب أو الأصدقاء وأيضا كيفية مقارنة جودة الخدمة مع تصور المستهلك للخدمة المثالية.

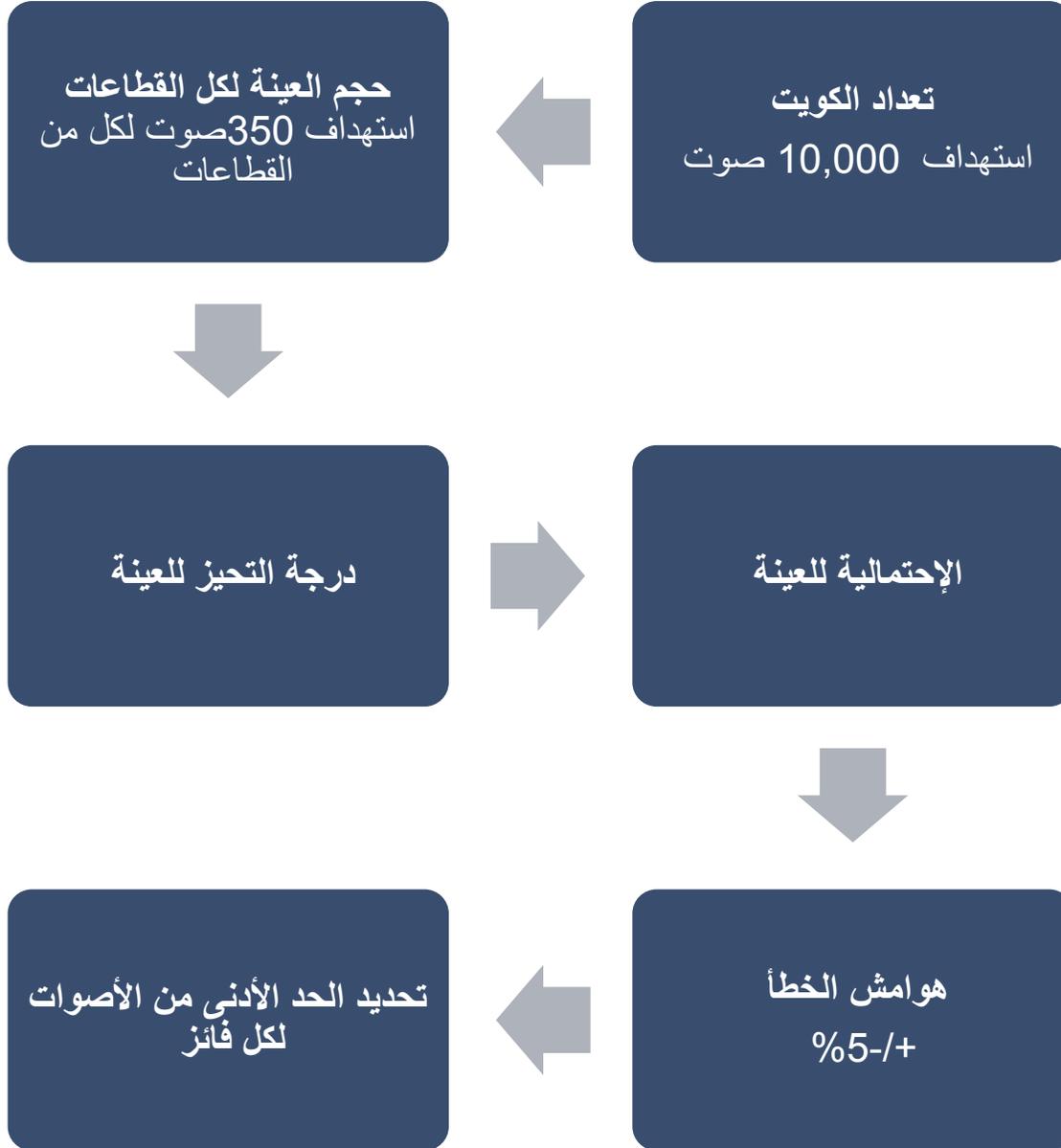
منهجية و الإجراءات الأمنية:

تم تطبيق عدد من الإجراءات الأمنية للتأكد من دقة وصلاحية الأصوات وإلغاء أي منها والتي لا تتوافق والشروط المعمول بها. سيرفيس هيرو يتبع بروتوكولات إيزومار، المنظمة الأوروبية الرائدة في إرساء معايير الدراسات التسويقية.



العوامل الحاسمة لضمان صحة العينة والحد الأدنى لكل من القطاعات

- للتأكد من صحة التكامل الإحصائي الصادر عن سيرفس هيرو فقد تم الأخذ بعين الاعتبار بعض العناصر الإحصائية لتحديد حجم العينة ومستويات الدقة.

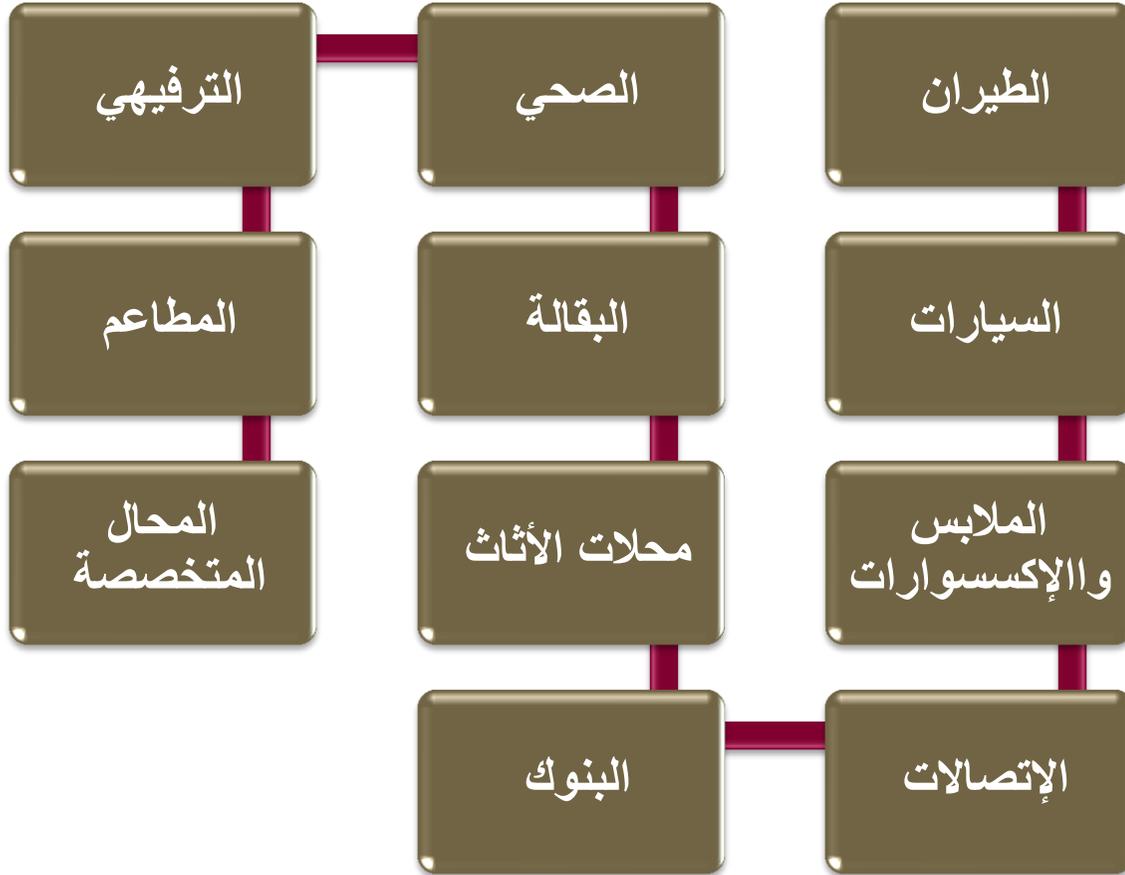


التعداد السكاني لدولة الكويت

- التعداد السكاني من الأفراد المؤهلين للتصويت هم 1,959,000
- هذا العدد يشير إلى:
 - الذكور والإناث
 - المواطنين الكويتيين وغير الكويتيين
- يستثنى حوالي 750,000 فرداً ممن هم دون سن 16 وفئة العمال.
- **ملاحظة:** الأرقام أعلاه حسب آخر إحصائيات وزارة التخطيط والهيئة العامة للمعلومات المدنية



القطاعات المدرجة في سيرفس هيرو



- يغطي هذا الاستفتاء المؤسسات التجارية أو الخاصة فقط.
- تم تحدد 11 قطاع تشمل على ما مجموعه 17 قطاع فرعي.

خطوات سيرفس هيرو الرئيسية

الخطوات الإثنى عشر الرئيسية التي تم إتباعها قبيل إعلان النتائج.



عدد الأصوات الكلي

العدد الكلي للأصوات
14,382

عدد الأصوات التي لم تتطابق وشروط
سيرفس هيرو
3303

عدد الأصوات المشكوك بها
1460

العدد الكلي للأصوات التي تتوافق مع
الشروط
9,616

- يشترط مؤشر سيرفس هيرو على المشاركين في الاستفتاء تأكيد صلاحية عناوينهم الالكترونية ، وأن يكون المشارك فوق سن 16 عاماً، ويقطن بدولة الكويت. بالإضافة إلى شروط أخرى يتم تطبيقها للتأكد من درجة نقاء العينة.
- ولكن بعد عملية التأكد من البيانات, انخفض عدد الأصوات الكليه إلى 9616

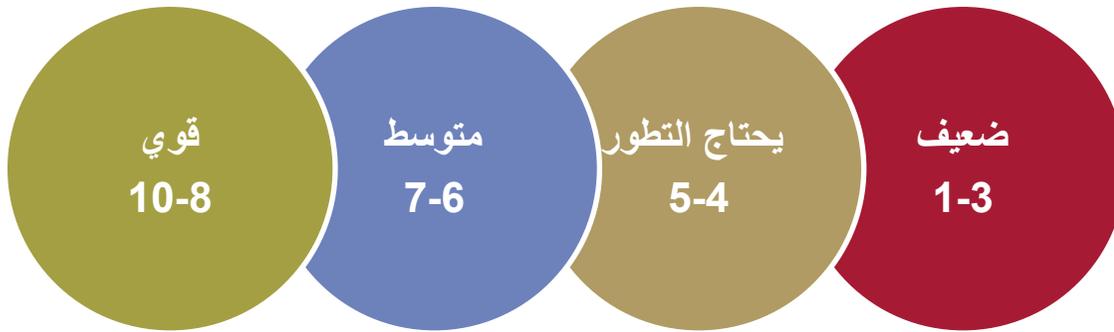


تكوين عينة المؤشر

الجنس	عدد الأصوات	نسبة الأصوات
الإناث	3001	31%
الذكور	6615	69%
الجنسية	100%	
العرب	3663	38%
الكويتيين	2256	23%
غير العرب	3697	38%
الفئة العمرية	100%	
16-17 عاماً	95	1%
18-29 عاماً	3197	33%
30-39 عاماً	3937	41%
40-49 عاماً	1753	18%
50-59 عاماً	550	6%
أكبر من 60	84	1%
المستوى التعليمي	100%	
ماجستير أو دكتوراه	1347	14%
جامعي	5313	55%
دبلوما	1714	18%
ثانوية عامه	886	9%
متوسط أو أقل	23	0%
لا إجابة	333	3%
العينة	9616	100%

- العينة على الصعيد الوطني دقيقة مع هامش خطأ عند +/- 2% وعند درجة ثقة 95%

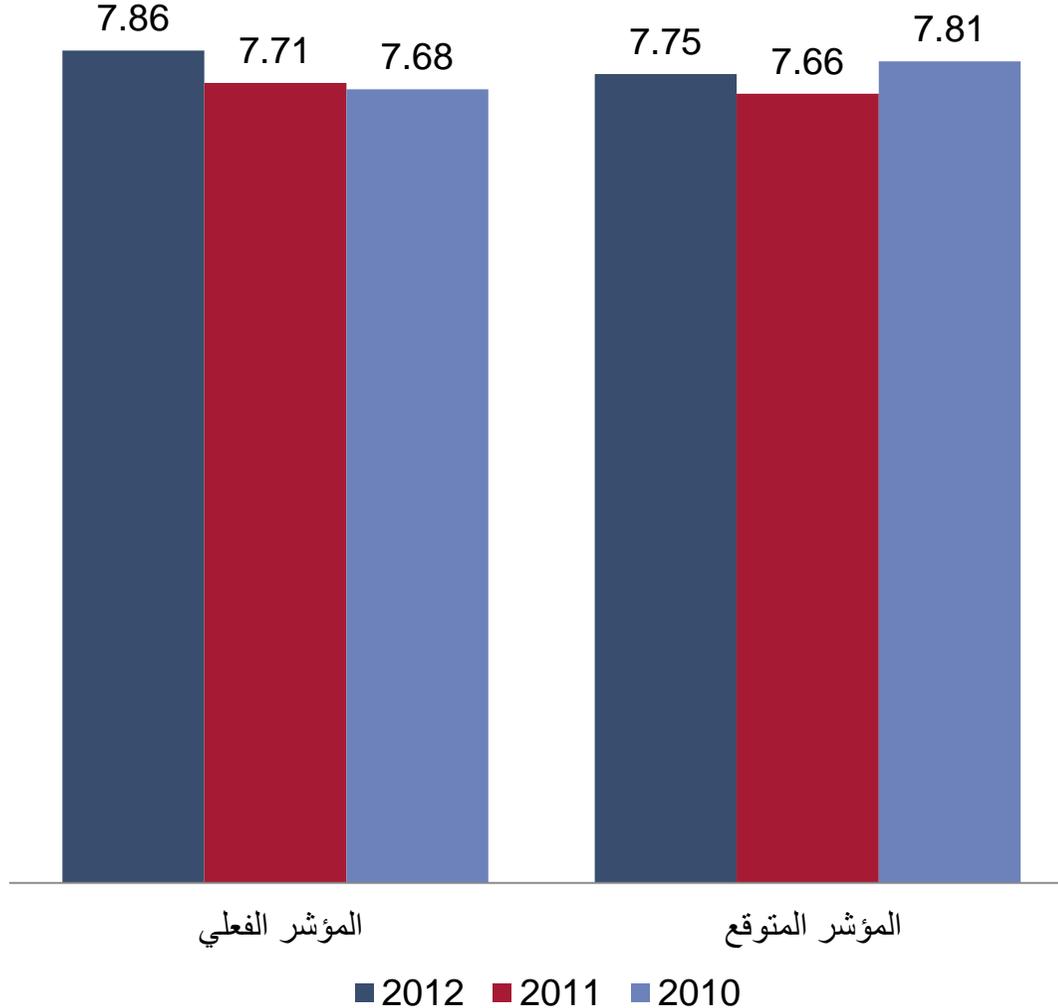
مقياس سيرفيس هيرو المتبع



- يتبع المؤشر التقييم العشري حيث 10 هي أعلى تقييم يمكن لشركة ما الحصول عليه.

جودة الخدمة في الكويت تحافظ على مستواها المتوسط

مؤشر سيرفس هيرو- درجة الرضى الكلي



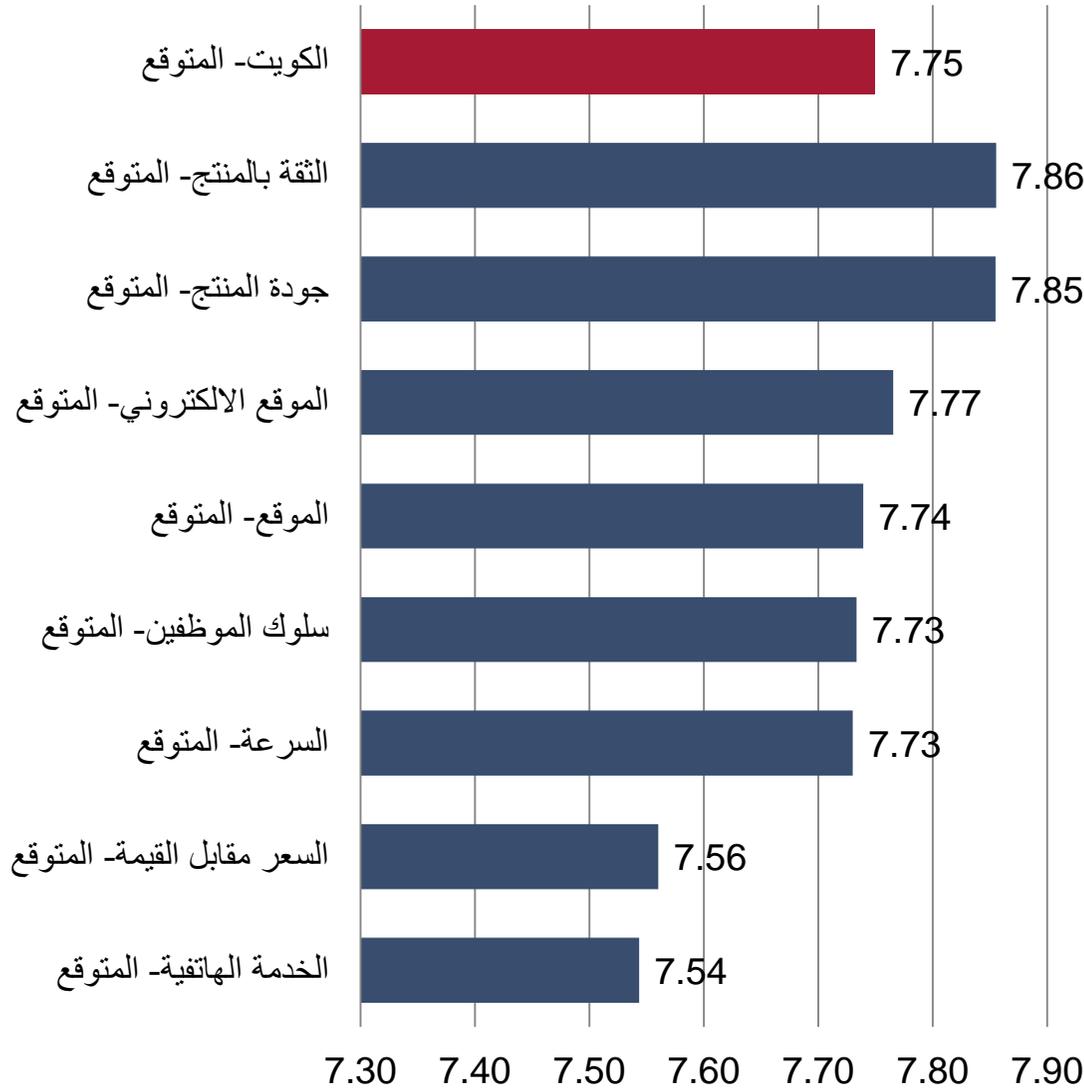
- تحسن جودة الخدمة الفعلي بمقدار 2% عن الأعوام 2010 و 2011.
- وجود هوة إيجابية بين المستوى المتوقع لجودة الخدمة والمستوى الفعلي لها.
- هذا يعني أن المستوي المتوقع من قبل المستهلكين للخدمة أقل من المستوى الفعلي لها وأن توقعاتهم أقل.

أبعاد الخدمة

مستوى جودة الخدمة المتوقع

- توقعات المستهلكين هي الأعلى على المستوي المتوقع لكل من
1- الثقة بالمنتج
2- جودة المنتج
3- الموقع الالكتروني
- والأدنى لكل من
1- مراكز الخدمة الهاتفية
2- السعر مقابل القيمة

أبعاد الخدمة - المتوقع

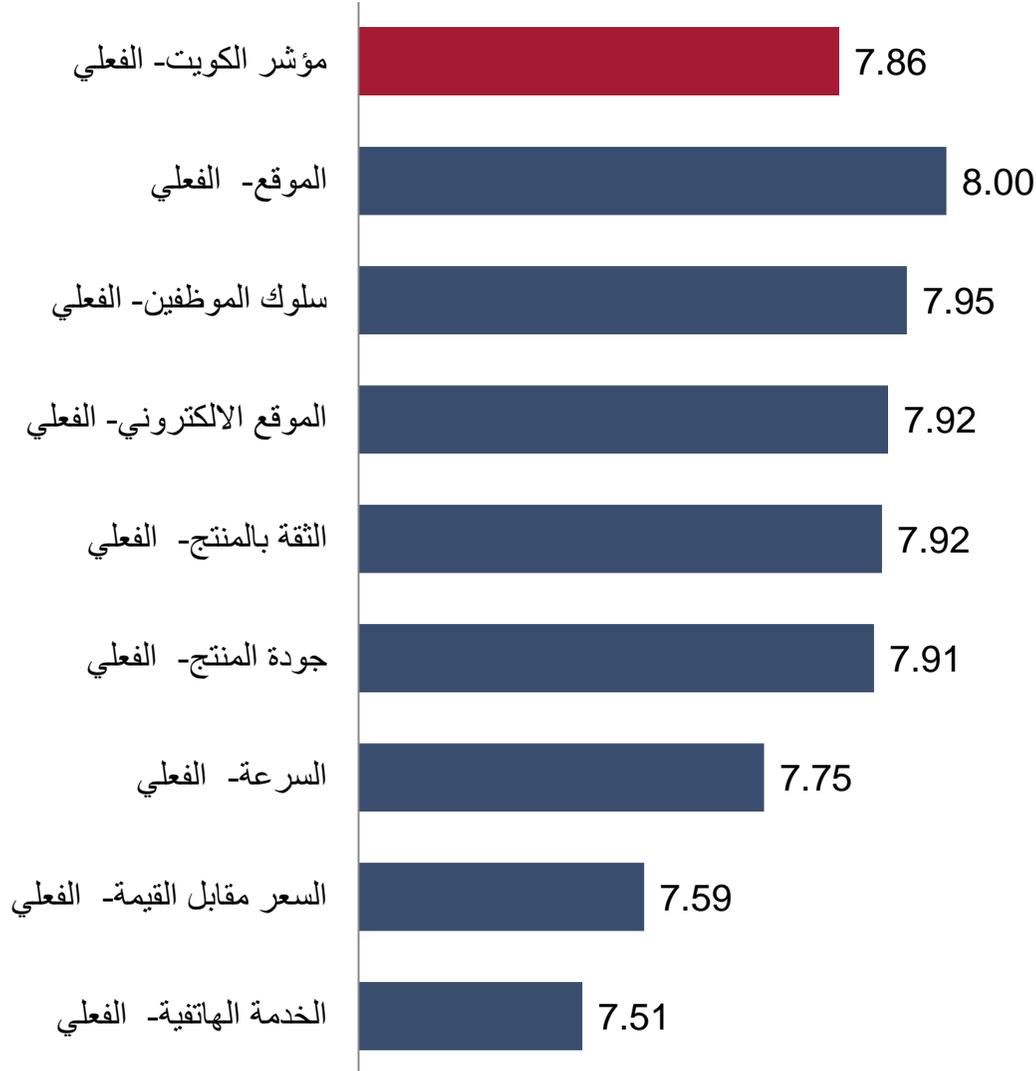


أبعاد الخدمة

مستوى جودة الخدمة الفعلي

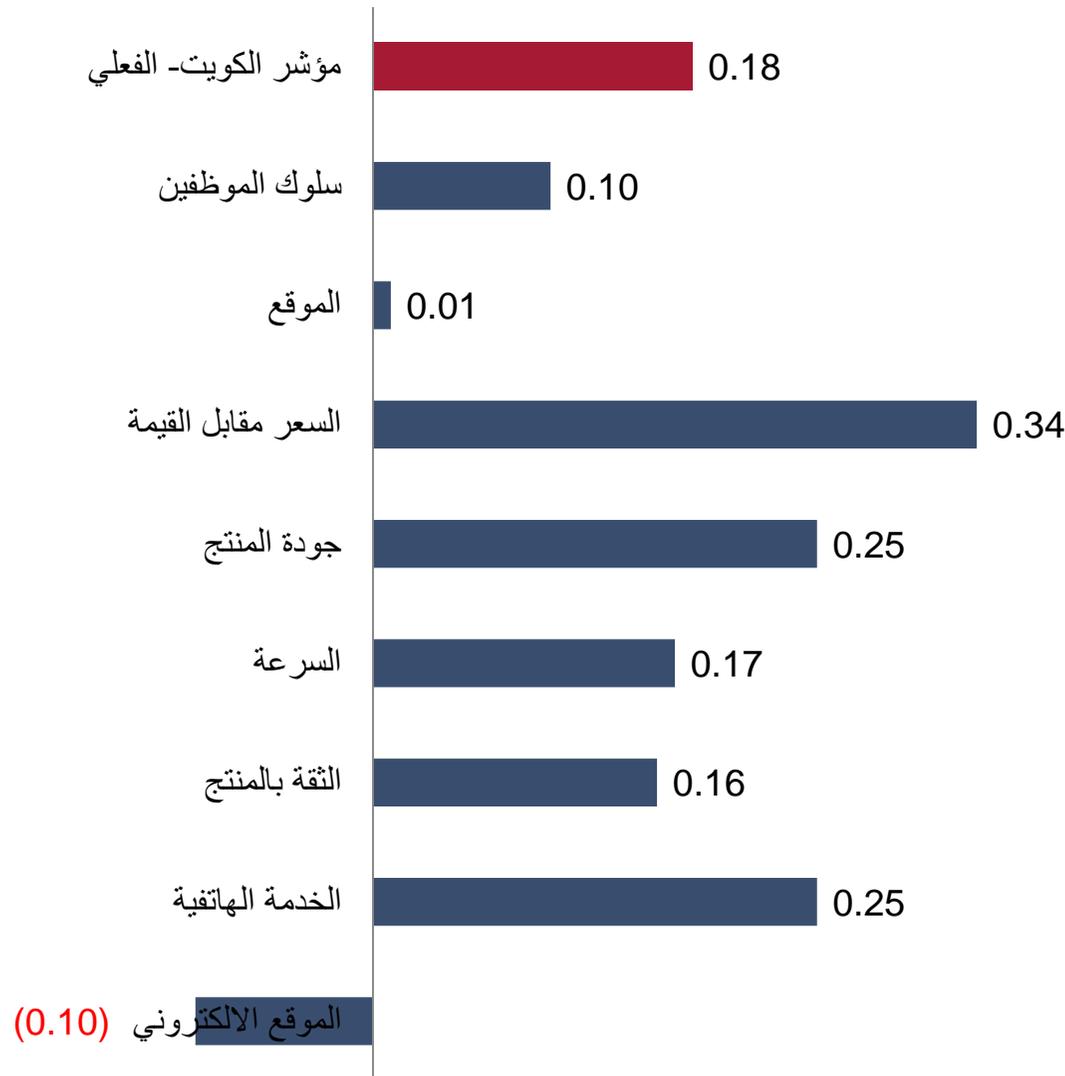
- توقعات المستهلكين هي الأعلى على المستوى الفعلي لكل من
 1. الموقع
 2. سلوك الموظفين
 3. الموقع الإلكتروني
- والأدنى لكل من
 1. مراكز الخدمة الهاتفية
 2. السعر مقابل القيمة

أبعاد الخدمة - الفعلي



أبعاد الخدمة – تحليل التغيير ما بين عامي 2010 و 2012

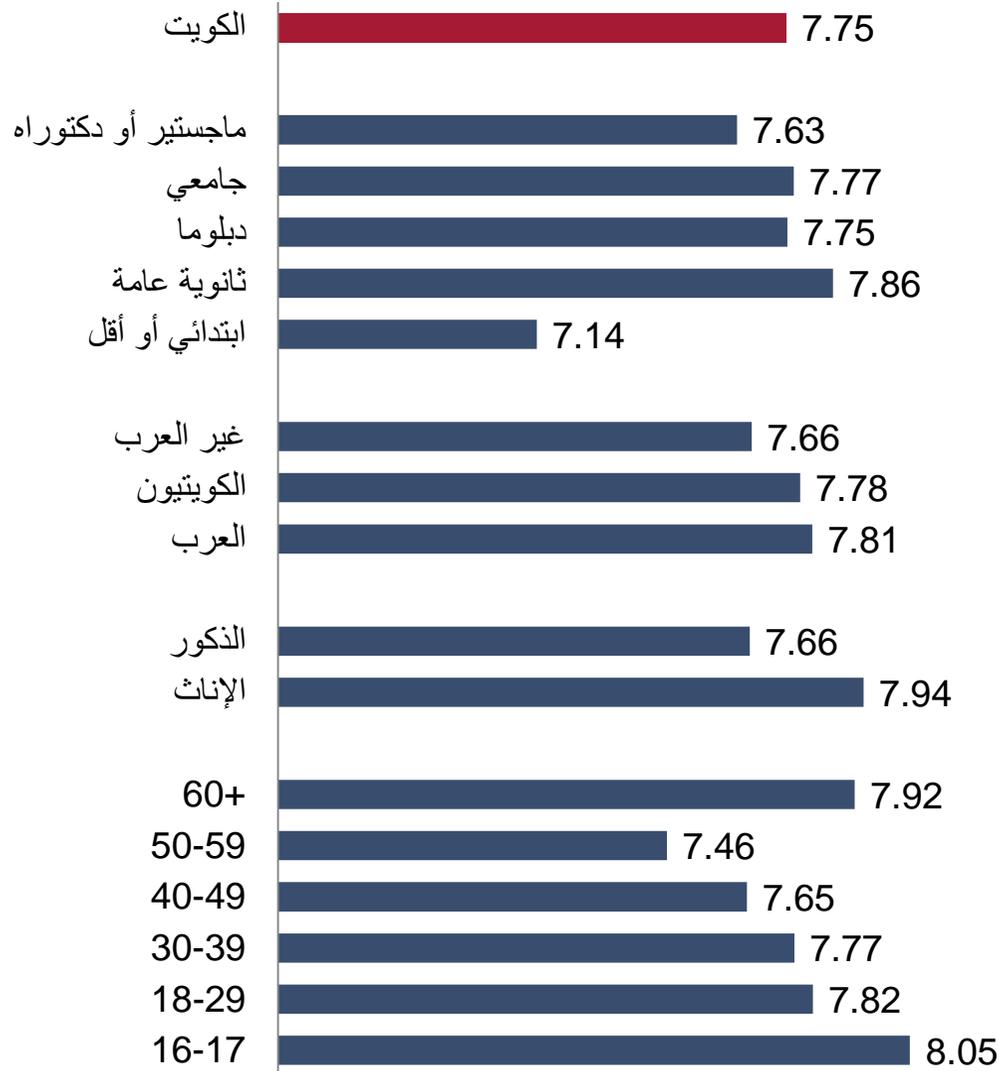
التغيير في أبعاد جودة الخدمة 2010-2012



- بشكل عام هناك زيادة على أغلب أبعاد الخدمة مقارنة بعام 2010. الأعلى هي
 1. السعر مقابل القيمة
 2. جودة المنتج
 3. الخدمة الهاتفية
- العامل الوحيد الذي شهد هبوطاً هو:
 1. الموقع الالكتروني

مستوى الخدمة المتوقع حسب التركيبة السكانية

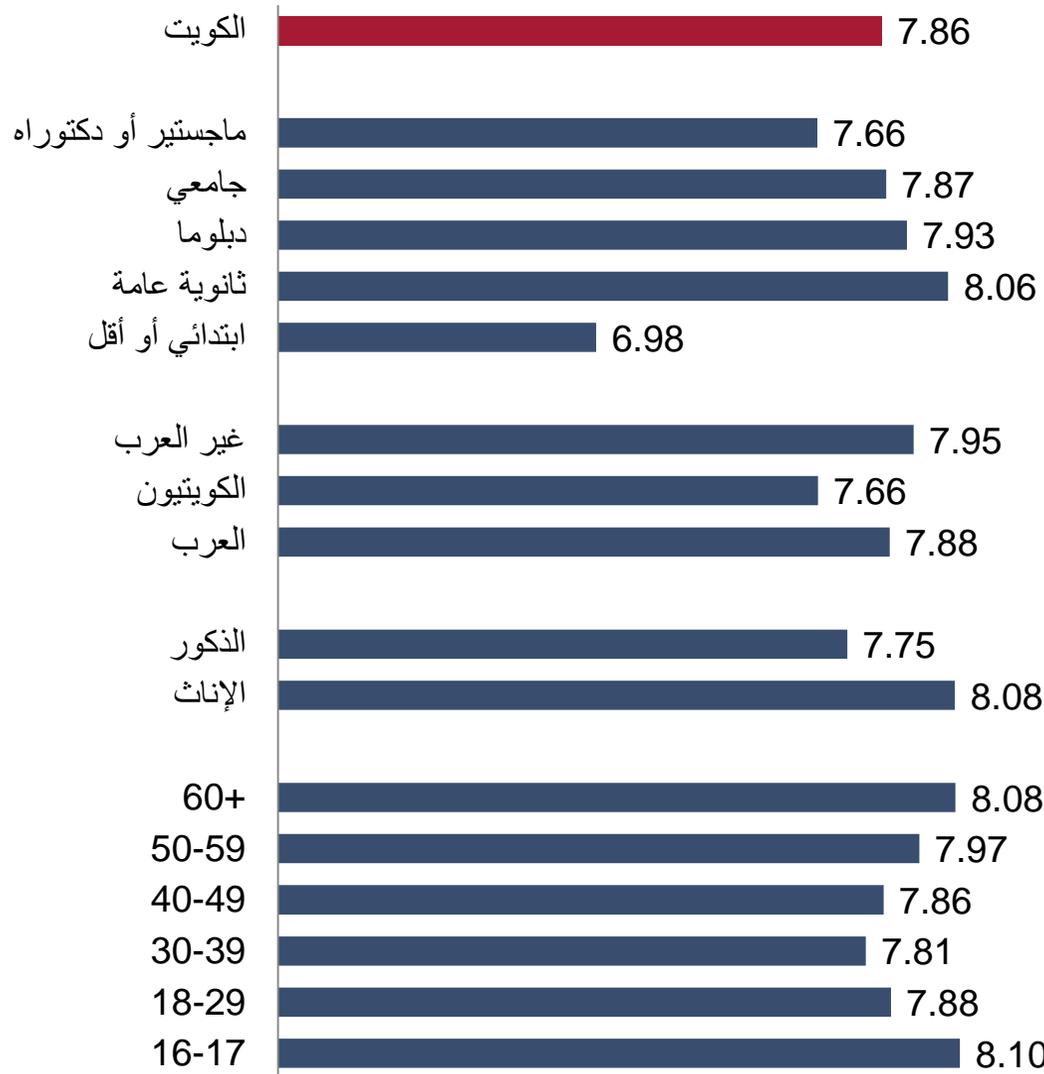
مؤشر الكويت المتوقع حسب التوزيع الديمغرافي



- فئة المستهلكين الأعلى من حيث المستوى المتوقع للخدمة
 1. الإناث
 2. العرب
 3. المستهلكون من عمر 16-17
 4. حاملو شهادة الثانوية العامة
- المستهلكون ذوو التوقعات الأدنى
 1. غير العرب
 2. المستهلكون من عمر 50-59
 3. الذكور

مستوى الخدمة الفعلي حسب التركيبة السكانية

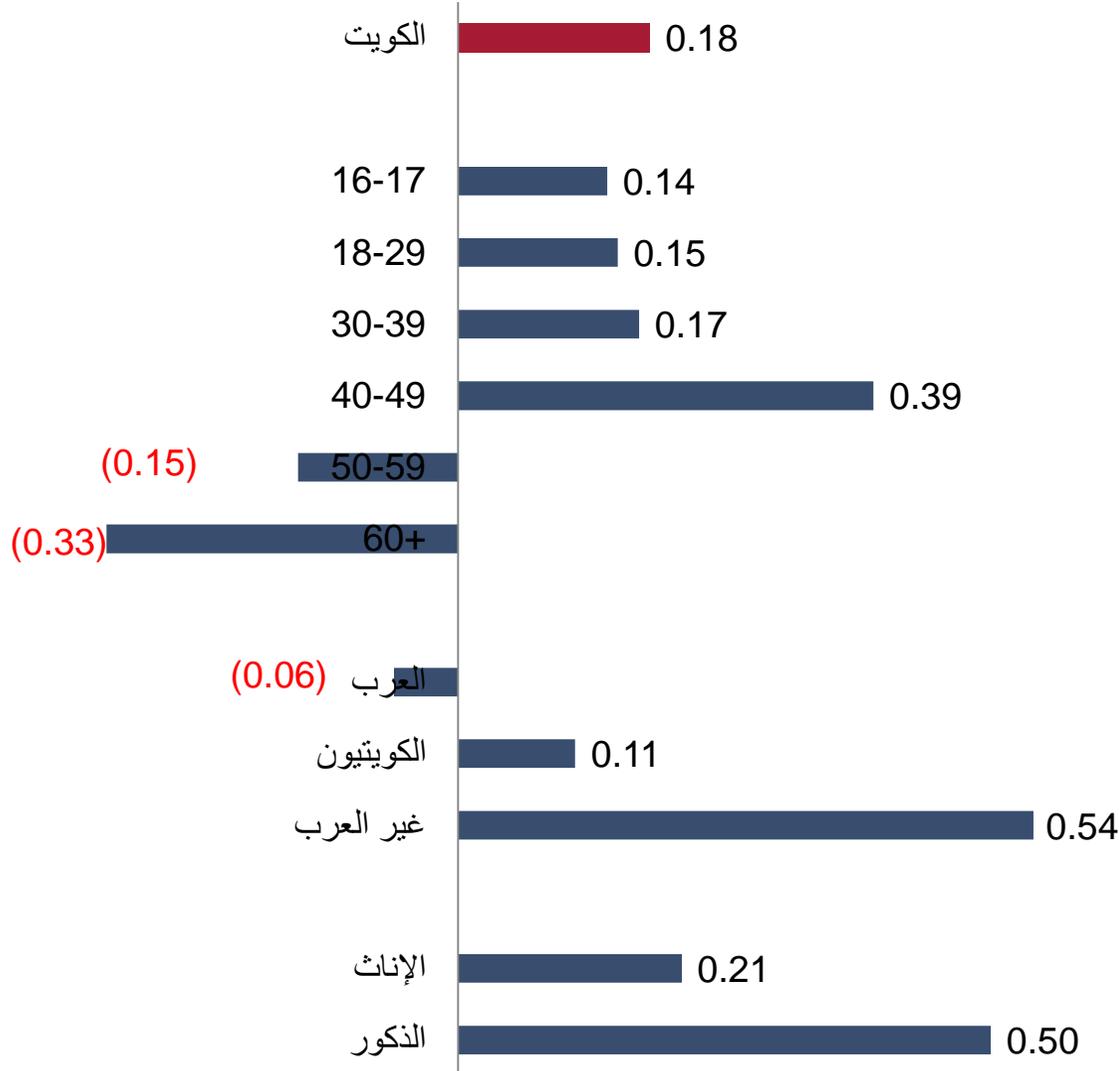
مؤشر الكويت الفعلي حسب التوزيع الديمغرافي



- فئة المستهلكين الأعلى من حيث المستوى الفعلي للخدمة
 1. الإناث
 2. غير العرب
 3. المستهلكون من عمر 16-17، ومن هم من عمر 60 فما فوق
- المستهلكون ذوو التوقعات الأدنى
 1. الكويتيون
 2. المستهلكون من عمر 30-39
 3. الذكور

التركيبة السكانية – التغيير في درجة الرضى عن مستوى الخدمات مقارنة بعام 2010

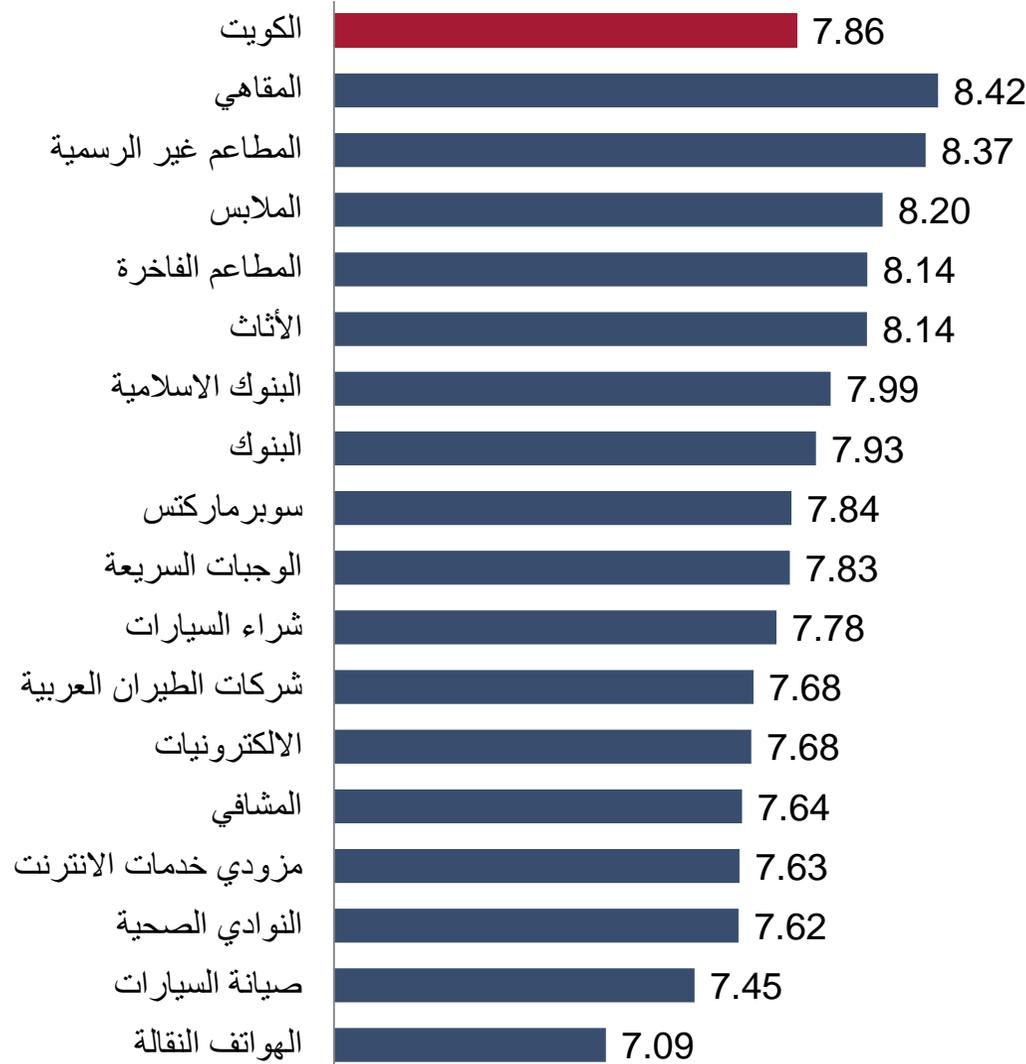
التغيير في جودة الخدمة الفعلي 2010-2012



- المستهلكون الذين انخفضت درجة رضاهم
 - المستهلكون من عمر 50 فما فوق
 - العرب
- المستهلكون الذين ازدادت درجة رضاهم
 - غير العرب- من عمر 49-40
 - غير العرب والكويتيون
 - المستهلكون من الجنسين
- ملاحظة: مستوى التحصيل العلمي تمت إضافته عام 2012 فقط.

مستوى الخدمة الفعلي في الكويت عبر 17 قطاع

جودة الخدمة الفعلية - 2012



- القطاعات الحاصلة على أعلى مستوى للرضى

1. المقاهي
2. المطاعم غير الرسمية
3. ملابس
4. المطاعم الفاخرة

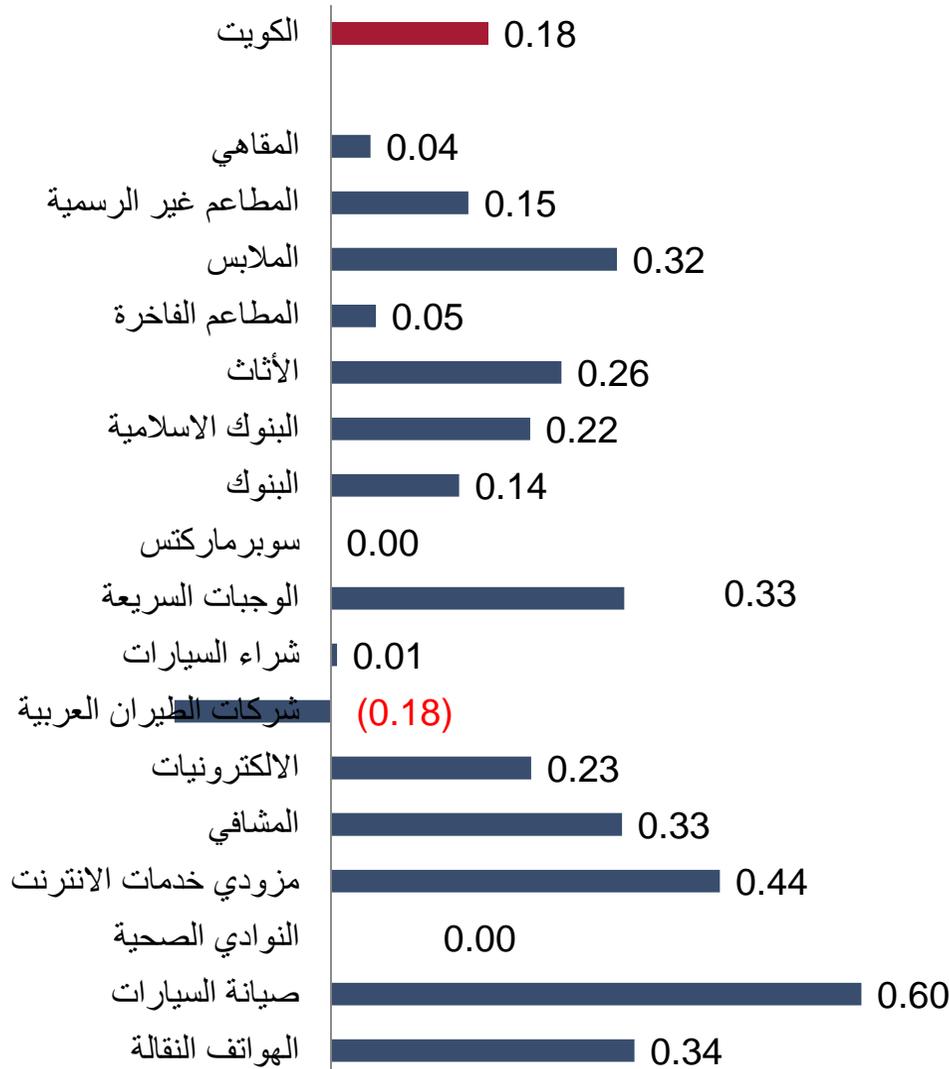
- القطاعات التي قيمت بأدنى رضى

1. مزودي خدمات الهواتف النقالة
2. صيانة السيارات
3. مزودو خدمة الانترنت

- ملاحظة: العينة الإحصائية للنوادي الصحية صغيرة ولا تنطبق عليها شروط الدقة الإحصائية ولذلك لا يمكن استنباط أي استنتاجات منها

التغير في درجة الرضى عن مستوى الخدمات عبر القطاعات

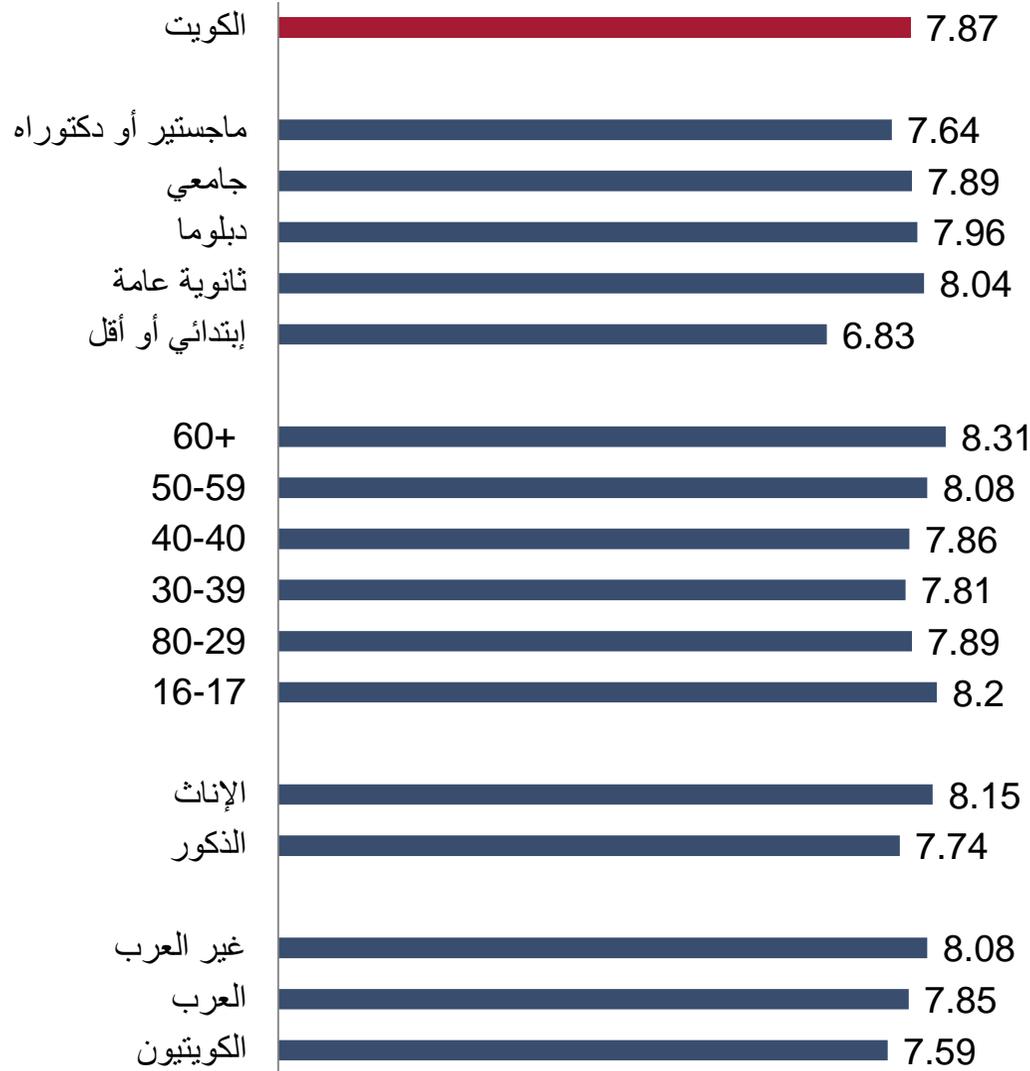
التغير في جودة الخدمة الفعلي 2010-2012



- بشكل عام، طرأ تحسن في جودة الخدمة على جميع القطاعات خلال الأعوام الثلاثة الماضية.
- أكثر القطاعات تحسنا هي:
 1. صيانة السيارات
 2. خدمة الانترنت
- ملاحظة:
 1. قطاع الطيران في 2010 شمل فقط الشركات المحلية.
 2. قطاعي الأندية الصحية والسوبرماركتس تم إضافتهما مؤخرا ولم تكن مشمولة في عام 2010.

درجة الولاء

درجة الولاء 2012

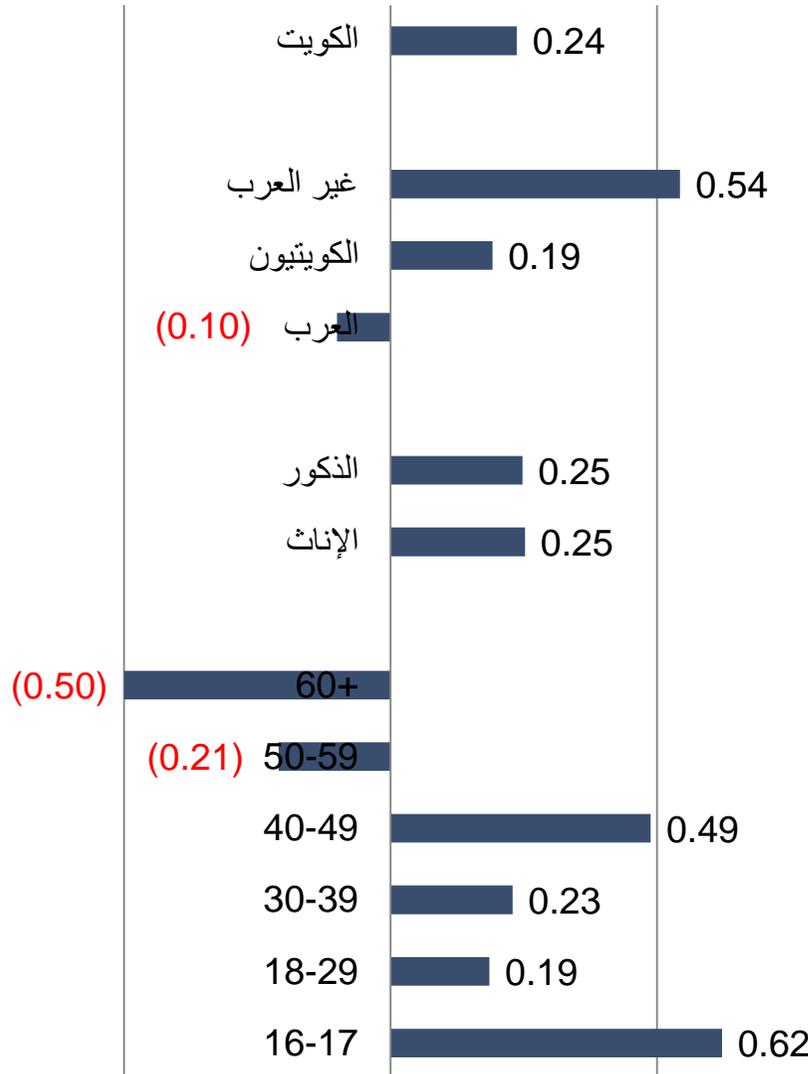


- أكثر المستهلكين ولاء هم:
- 1- الإناث
- 2- غير العرب
- 3- 60+
- 4- حاملي الثانوية العامة
- أقل المستهلكين ولاء هم:
- 1- الكويتيون
- 2- من عمر 30-39
- 3- الذكور

• ملاحظة: مستوى التحصيل العلمي تمت إضافته عام 2012 فقط.

درجة الولاء مقارنة بالعام المنصرم

التغير في درجة الولاء 2010-2012



- بشكل عام انخفضت درجة الولاء مقارنة بالأعوام السابقة

- المستهلكون الذين انخفضت درجة ولائهم بالأكثر هم
1. من عمر 50 فما فوق
2. العرب

- المستهلكون الذين ازدادت درجة ولائهم بالأكثر هم
1. المراهقين وأولئك من عمر 40-49
2. غير العرب

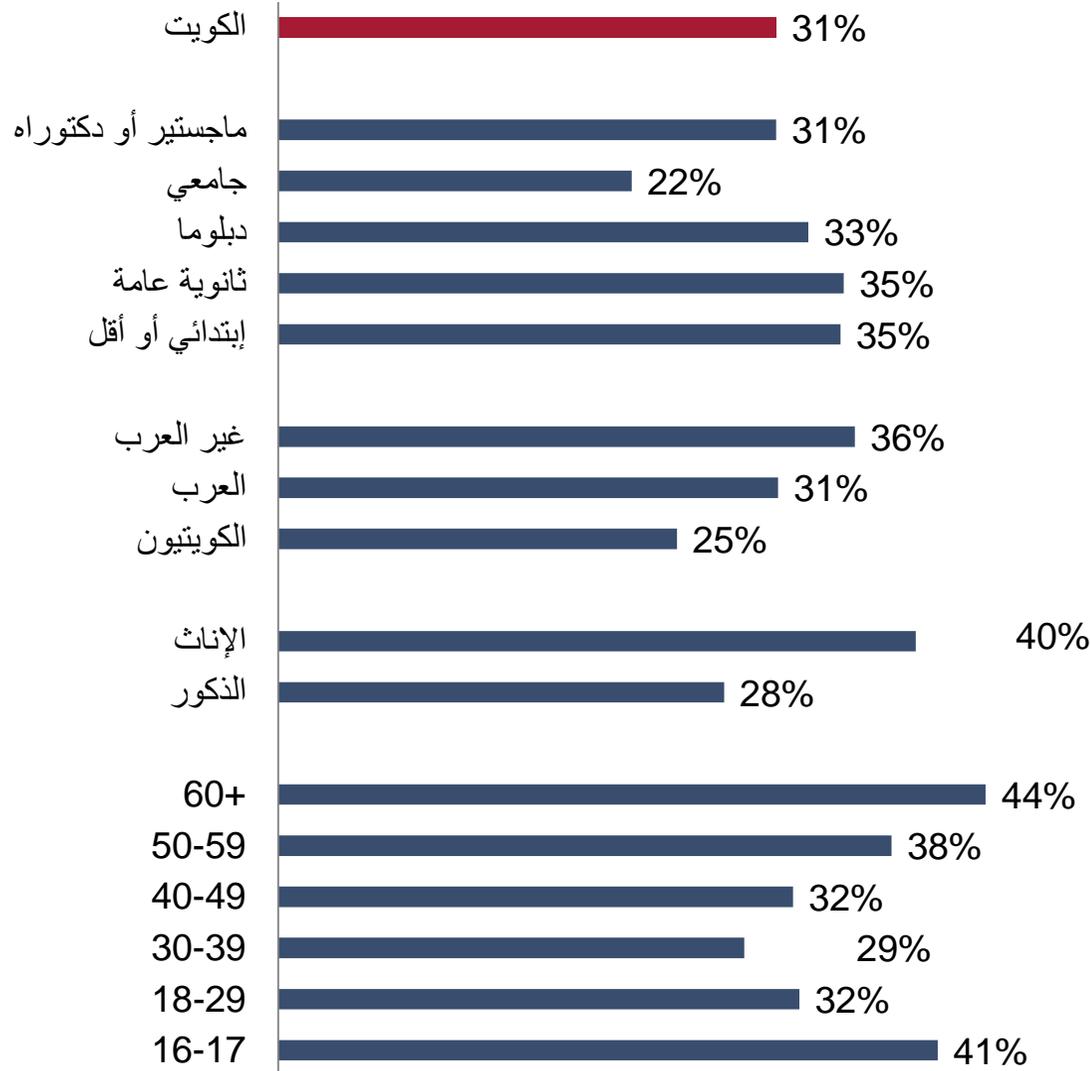
تصنيف المستهلكين حسب درجة ولائهم للشركات



- يوجد ثلاث أنواع من الزبائن.
- صافي درجة الترويج- نسبة المستهلكين المروجين مطروحا منها نسبة المنتقدين.
- يتم التعامل مع النتيجة كنسبة مئوية (من 100%).
- كلما كانت النسبة أعلى كلما كان عدد المروجين لتلك الشركة/العلامة التجارية أعلى من عدد المنتقدين.

صافي درجة الترويج - شريحة العملاء المروجون

صافي درجة الترويج 2012



- 31% من المستهلكين في الكويت هم أيضا مروجون للعلامات التجارية المتعاملين معها
- المجموعات ذات درجات الترويج الأعلى هي:

1. الإناث
2. غير العرب
3. من عمر 60 فما فوق
4. حملة الثانوية العامة وما دونها

مؤشر الكويت مقارنة بغيرها من مؤشرات الدول الأخرى

مؤشر المملكة المتحدة	مؤشر الولايات المتحدة	مؤشر سيرفس هيرو	القطاع
غير متوفر	غير متوفر	8.42	المقاهي
غير متوفر	غير متوفر	7.44	صيانة السيارات
8.0	8.0	8.38	المطاعم غير الرسمية
7.8	7.9	8.20	الملابس
7.6	7.9	7.68	الالكترونيات
7.6	8.0	7.82	مطاعم الوجبات السريعة
غير متوفر	غير متوفر	8.14	المطاعم الراقية
غير متوفر	غير متوفر	8.14	محلات الأثاث
غير متوفر	7.6	7.64	المستشفيات
غير متوفر	غير متوفر	7.99	البنوك الإسلامية
غير متوفر	7.0	7.63	خدمات الإنترنت
6.9	6.7	7.68	الطيران المحلي
7.5	7.0	7.09	خدمات الهواتف النقالة
8.0	8.4	7.79	بيع السيارات الجديدة
7.4	7.7	7.93	البنوك التجارية
7.2	7.6	7.83	سوبرماركتس
غير متوفر	غير متوفر	7.61	العيادات متعددة التخصصات
7.53	7.59	7.86	المجموع الكلي

- يمكننا مقارنة الكويت مع غيرها من البلدان التي تقيس صناعات متشابهة، والسوقين الوحيدين اللذان يقومان بعمل استفتاء مشابه هما الولايات المتحدة والمملكة المتحدة، وكما نرى هنا فإن الكويت متقدمة بشكل عام عن الولايات المتحدة والمملكة المتحدة.

العوامل المؤثرة سلباً أو إيجاباً على جودة الخدمة في الكويت

العوامل المؤثرة إيجاباً

الموقع
سلوك الموظفين
الموقع الإلكتروني
الإناث، المستهلكين من عمر +50، غير العرب
المقاهي، المطاعم غير الرسمية، الملابس،
المطاعم الفاخرة

العوامل المؤثرة سلباً

الخدمة الهاتفية
السعر مقابل القيمة
السرعة
الذكور، الكويتيون، المستهلكين من عمر 30-39، وحاملو الشهادات العالية
مشغلو الهواتف النقالة، صيانة السيارات،
مزودو خدمات الانترنت

تري العميل ليس هو الهدف بل هو رحلة يجب التحضير لها ودراستها



تقيم الشركة من منظور العملاء وتفعل ذلك بشكل متواصل



الجميع فيها مسئول عن جودة الخدمة وليس فقط قسم واحد



مجلس سيرفيس هيرو الاستشاري

أكاديمي

الجامعة الأمريكية في الكويت
الدكتورة كارول روس

الكلية الاستراتيجية في الكويت
سعد الشهران

جامعة الخليج للعلوم
والتكنولوجيا
د. حسن الصادي

كلية ماستريخت
د. نبيل الهلالي

مستقل

عبد المجيد الشطي
رئيس مجلس الإدارة السابق
للبنك التجاري الكويتي

الدكتور راينهولد لايشنفوس
الشريك الرئيسي وشريك اداري-
مجموعة بوسطن للاستشارات

نعمان سيهغل
رئيس العمليات التنفيذي- نور
للاستثمار

يان بافي
مؤسس ورئيس تنفيذي – جلف
ميرجر

- يتكون المجلس الاستشاري من أعضاء مستقلين يتصفون بكل من:
 - الحيادية
 - ذوا خبرة عالية في مجال عملهم
 - غير متنافسين مع أي من الشركات/العلامات التجارية المشمولة بالدراسة
 - الاطلاع على الأسس العلمية المتبعة

سيرفس هيرو يتبع بروتوكولات إيزومار للبحوث التسويقية

ESOMAR^{'13}
| corporate

- الشركة الأوروبية الرائدة في إرساء معايير
البحوث التسويقية

سيرفس هيرو لكل من المستهلك، الشركات والكويت



تبعاً لرأي الجمهور - يحدد معايير جودة
الخدمة في السوق عن طريق استفتاء
شعبي إلكتروني من قبل المستهلكين
الذين يتعاملون مع الشركة بأنفسهم.



علمي-حجم العينة الكبيرة التي تشمل
عدد من القطاعات، بالإضافة إلى وجود
إجراءات أمنية تضمن دقة التقييم.
وتشمل الدراسة التصويت على جودة
الخدمة عبر قياس ثمانية أبعاد رئيسية



عملي-يزود الشركات بمعلومات عن
نقاط ضعفها وقوتها مقارنة بغيرها من
الشركات المنافسة وذلك لتمكينها من
وضع خطة عمل لتحسين مستوى خدمة
العملاء



يساعد الكويت - الكويت هي الدولة
العربية الأولى التي لديها دراسة تحليلية
لمستويات خدمة العملاء والتي تستخدم
للتحليل الإحصائي والبياني



مؤشر سيرفس هيرو لجودة الخدمة نتائج الكويت لعام 2012

Powered by



Academic sponsors

Member of

