

SOM-undersökningarna 2016  
-En metodöversikt

---

Sofia Arkhede, Josefine Bové, Klara Bové och Daniel Jansson[SOM-rapport nr 2017:34]





## Innehåll

1 Inledning.....	1
2 Population och urval.....	2
Population .....	2
Urval .....	2
3 Frågeformulär.....	4
Formulärens utformning och innehåll.....	4
Webbformulär .....	4
4 Datainsamling.....	6
Webb svar .....	6
Vem svarar på webben och hur?.....	6
5 Fältarbete .....	8
Fältplaner och insatser .....	8
Påminnelser.....	10
Telefonpåminnelser.....	10
Sms-påminnelser .....	11
Nej-experiment .....	11
6 Inflöde.....	13
7 Svarefrekvens och bortfall .....	15
Kontaktgrad.....	19
Svarebortfall.....	20
8 Representativitet.....	23
9 Experiment och incitament hösten 2016 .....	28
Referenser .....	33



# 1 Inledning

SOM-institutet vid Göteborgs universitet genomför årligen frågeundersökningar i syfte att kartlägga den svenska allmänhetens vanor och attityder på temat Samhälle, Opinion och Medier. SOM-institutet drivs av forskare vid Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) och Statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet.

Under hösten 2016 genomfördes tre parallella undersökningar: den 30:e nationella SOM-undersökningen, den 25:e SOM-undersökningen i Västsverige och den första SOM-undersökningen i Göteborg. Svarsfrekvensen i undersökningarna varierade mellan 51 och 52 procent.

Att genomföra frågeundersökningar med god kvalitet och jämförbarhet över tid kräver ett kontinuerligt utvecklingsarbete. I takt med att samhället förändras är det nödvändigt att ständigt arbeta med och noggrant följa upp varje undersökning och analysera kvaliteten på data. Detta sker både genom att de befintliga metoderna förbättras och genom att nya prövas. På så sätt har SOM-institutet som ambition att även kunna bidra till den generella metodutvecklingen på surveyområdet.

I ovan nämnda arbete ingår ett omfattande arbete med att utforma väl fungerande frågeinstrument. Här ingår analys och vård av redan existerande tidsserier i relation till ett förändrat samhälle med nya beteendemönster. När nya frågor aktualiseras och ska mätas krävs även tester och utvärderingar av nya frågeinstrument innan de tar plats i enkäten. SOM-institutet lägger också mycket arbete på att undersöka vilka grupper som väljer att svara – och kanske framförallt de som väljer att *inte* svara – på enkäten. Analyser av orsaker till svarsbortfall men även dess konsekvenser är avgörande för att säkerställa SOM-undersökningarnas kvalitet.

I föreliggande rapport redovisas genomförandet av den nationella SOM-undersökningen 2016, den västsvenska SOM-undersökningen 2016 och SOM-undersökningen i Göteborg 2016. I en första del beskrivs undersökningarnas design, urval, fältplan och påminnelseinsatser. I en andra del analyseras utfallet med särskilt fokus på inflödesmönster, svarsbortfall, representativitet och kontaktgrad. I en sista del riktas särskild uppmärksamhet på två större experiment som genomfördes under hösten 2016.

## 2 Population och urval

### Population

SOM-undersökningarna har alltid strävat efter att i så hög utsträckning som möjligt vara representativa för de populationer som studeras. Under undersökningarnas långa historia har målpopulationen för studien varierat något, men de är överlag likvärdiga. Populationen för den nationella SOM-undersökningen 2016 var 16–85-åringar boende i hela Sverige. Populationen för den västsvenska SOM-undersökningen 2016 var 16–85-åringar boende i Västra Götalands län samt Kungsbacka kommun. Populationen för SOM-undersökningen i Göteborg 2016 var 16–85-åringar boende i Göteborgs kommun. Det är dessa populationer som respektive undersökning gör anspråk på att uttala sig om.

### Urval

Samtliga undersökningar använde sig av ett obundet slumpmässigt urval, vilket är helt nödvändigt om man ska kunna göra statistiska inferenser till en population på basis av en urvalsundersökning. Urvalsramen utgjordes av Skatteverkets folkbokföringsregister (RTB) och innefattade därigenom alla svenska och utländska medborgare som i början av september 2016 hade sin primära adress i Sverige, i Västra Götaland inklusive Kungsbacka, eller i Göteborg. Folkbokföringsregistret uppdateras kontinuerligt vilket innebär att täckningsfelet – det vill säga skillnaden mellan registret som urvalet är baserat på och populationen som undersöks – blir minimalt.

Tabell 1 redovisar urvalen i samtliga SOM-undersökningar 2016. Den nationella SOM-undersökningen hade 2016 ett totalurval om 20 400 personer. Undersökningen gjordes i sex editioner som gick ut till ett urval om 3 400 personer vardera. Den västsvenska SOM-undersökningen hade ett totalurval på 8 000 personer, uppdelade i ett ordinarieurval (ca 6 000) och en incitamentsgrupp (ca 2 000).<sup>1</sup> SOM-undersökningen i Göteborg hade ett totalurval på 7 000 personer, återigen uppdelade på ordinarieurval (ca 5 000) och incitamentsgrupp (ca 2 000).

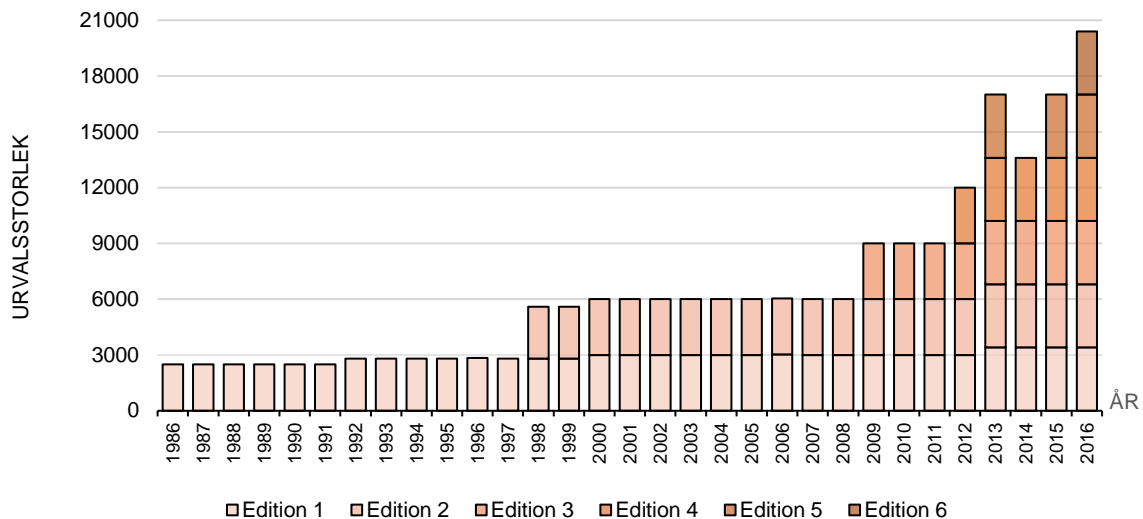
**Tabell 1** Samtliga urval i 2016 års SOM-undersökningar

Undersökning/urvalsgrupp	Urvalsstorlek	Ålder
<b>Den nationella SOM-undersökningen</b>		
Edition 1	3 400	16–85 år
Edition 2	3 400	16–85 år
Edition 3	3 400	16–85 år
Edition 4	3 400	16–85 år
Edition 5	3 400	16–85 år
Edition 6	3 400	16–85 år
<b>Den västsvenska SOM-undersökningen</b>		
Ordinarie urval/kontrollgrupp	6 071	16–85 år
Experimentgrupp (incitament)	1 929	19–85 år
<b>SOM-undersökningen i Göteborg</b>		
Ordinarie urval/kontrollgrupp	5 053	16–85 år
Experimentgrupp (incitament)	1 947	19–85 år
<b>Totalt</b>	<b>35 400</b>	

<sup>1</sup> Mer om experiment med incitament i 2016 års undersökningar i kapitel 9 Experiment

Figur 1 visar hur urvalet i den nationella SOM-undersökningen kontinuerligt har ökat över tid. 2016 års undersökning var den första med sex editioner vilket gav det största urvalet i undersökningens historia.

**Figur 1** Urval och editioner i den nationella SOM-undersökningen 2016



Urvalen till samtliga undersökningar drogs den 7 september 2016 från Skatteverkets registertjänst Navet och levererades direkt till undersökningsföretaget Kinnmark Information AB. Undersökningsföretaget avidentifierade urvalsfilerna och skickade dem till SOM-institutet som randomiserade det nationella urvalet in i sex delurval. Urvalen till SOM-undersökningen i Göteborg och den västsvenska SOM-undersökningen randomiserades in i två grupper vardera som en följd av ett omfattande metodexperiment (se avsnitt 9, "Experiment och incitament"). Då incitamenten bestod av lotter som inte får distribueras till personer under 18 år flyttades några individer från de båda incitamentsurvalen till motsvarande ordinarieurval. Slutligen genomförde SOM-institutet negativ samordning av urvalen så att ingen individuell respondent förekom i mer än ett urval.

### 3 Frågeformulär

SOM-undersökningarna 2016 genomfördes med postalt utskickade frågeformulär. Varje edition i den nationella SOM-undersökningen hade ett eget frågeformulär, där vissa frågor var unika men många överlappade mellan editionerna. Att dela upp undersökningen på det här sättet medför mer utrymme för att rymma enkätfrågor från samverkande forskningsprojekt och andra organisationer. För den västsvenska SOM-undersökningen och SOM-undersökningen i Göteborg var konstruerade endast en edition av respektive formulär.

#### Formulärens utformning och innehåll

2016 bestod samtliga formulär av en framsida, en förstasida med instruktioner och innehållsförteckning, ett antal sidor med undersökningsfrågor, en minienkät med frågor om själva undersökningen (fanns ej i Göteborgsundersökningens formulär) och en baksida. Formulären var i likhet med tidigare års enkäter i A4-format.

Samtliga editioner av den nationella undersökningen hade formulär bestående av 12 sidor enkätfrågor (totalt blir då hela formuläret 16 sidor). Ca åtta av dessa sidor bestod av gemensamma frågor, och övriga sidor var fyllda med projektspecifika frågor vilka varierade mellan formulären. Den västsvenska SOM-undersökningen var något längre och bestod av 16 sidor enkätfrågor (totalt 20 sidor). SOM-undersökningen i Göteborg bestod av endast 8,5 sidor enkätfrågor, och frånvaro av den avslutande minienkäten gjorde att detta formulär endast var 12 sidor totalt sett. Tabell 2 ger en översikt över de olika formulären från 2016 års undersökningar.

**Tabell 2** Formulärens innehåll, 2016 års SOM-undersökningar

Undersökning	Antal frågor	Sidor enkätfrågor	Totalt antal sidor
<b>Den nationella SOM-undersökningen</b>			
Edition 1	55	12	16
Edition 2	58	12	16
Edition 3	60	12	16
Edition 4	60	12	16
Edition 5	61	12	16
Edition 6	55	12	16
<b>Västsvenska SOM-undersökningen</b>	73	16	20
<b>SOM-undersökningen i Göteborg</b>	46	8,5	12

Huvuddelen av frågorna i SOM-undersökningarna hade fasta svarsalternativ med rutor för respondenten att kryssa i, men några frågor var öppna och krävde ett kort svar i fritext. Dessa frågor rörde bland annat morgontidningsläsning, viktiga samhällsfrågor och/eller -problem, respondentens yrke och vilket språk som talas i hushållet. Svaren på de öppna frågorna kodades av en grupp kodare på SOM-institutet efter fördefinierade kodscheman med uttömmande och ömsesidigt uteslutande kategorier försedda med en unik numerisk kod. Kodscheman finns tillgängliga i kodböckerna för 2016 års SOM-undersökningar<sup>2</sup>.

#### Webbformulär

Sedan 2012 genomförs SOM-undersökningarna med en kombination av postala enkäter och webbenkäter. Samtliga SOM-undersökningar 2016 gav respondenten en möjlighet att fylla i en digital

<sup>2</sup>Samtliga kodböcker finns tillgängliga på SOM-institutets hemsida: <http://som.gu.se/undersokningar/den-nationella-som-undersokningen/kodbocker>.



version av formuläret på internet. Detta kunde göras på SOM-institutets hemsida, via en webbadress som inkluderades i brevet eller via en direktlänk som skickades ut via sms. För att komma åt de digitala formulärens var respondenterna tvungna att logga in med hjälp av personliga inloggningsuppgifter som bifogades i såväl sms som följebrev.

Frågorna i webbenkäten utformades så långt som möjligt på samma sätt som i pappersenkäten. Sidbrytningarna i den digitala versionen följde däremot inte pappersversionen utan anpassades efter storleken på den bildskärm som respondenten använde för att fylla i enkäten (mer om detta i avsnitt 4).

Inga frågor var programmerade att vara obligatoriska att svara på vilket innebar att respondenterna på webben i likhet med pappersversionen kunde klicka sig vidare i enkäten utan att svara på alla frågor. De frågor som svarspersonerna i pappersversionen instruerades att hoppa över baserat på tidigare svar, doldes automatiskt i den digitala versionen av enkäten. Somliga personer som svarade via webben såg därför en kortare version av enkäten än de som svarade på papper.

## 4 Datainsamling

Datainsamlingen för SOM-undersökningarna 2016 ägde rum med start i september 2016 och pågick till och med januari 2017. För femte året i rad användes en undersökningsdesign som kallas mixed mode. Mixed mode innebär att flera datainsamlingsmetoder används i en och samma undersökning. I SOM-undersökningarna avser detta möjligheten att svara både på papper och digitalt.

Den primära datainsamlingsmetoden var via postenkäter som returnerades till Kinnmark Information AB där de genomgick en skanningsprocess. Den andra datainsamlingsmetoden var webbsvar, där formulären och datainsamlingen administrerades av SOM-institutet. Vid slutet av fältperioden slogs data från pappersenkäterna och webbsvaren ihop till en samlad datafil.

### Webbsvar

Möjligheten att svara digitalt infördes i och med den nationella SOM-undersökningen 2012. I SOM-undersökningarna 2016 introducerades möjligheten att svara på webben först vid det andra utskicket av pappersformulär (detta utskick nådde ut omkring fältdag 15 samtidigt som en första påminnelse via sms). Undantaget från detta var Göteborgsundersökningen där ett upplägg med webb direkt – det vill säga att möjligheten att besvara enkäten via webb introducerades redan vid första brevet till respondenterna – testades med en högre andel webbsvar som resultat.

Tabell 3 visar andelen webbsvar i de olika undersökningarna. Det var 690 personer, motsvarande 3,4 procent av bruttourvalet och 7,0 procent av de svarande, som besvarade den nationella SOM-undersökningen via internet 2016. En ungefär motsvarande andel valde att svara på den västsvenska SOM-undersökningen på webben. SOM-undersökningen i Göteborg besvarades digitalt av 549 personer, vilket motsvarar 7,8 procent av urvalet och 15,9 procent av alla svarande.

**Tabell 3 Andel webbsvar för olika SOM-undersökningar 2012-2016 (antal, procent).**

Undersökning och år	Antal webbsvar	Andel av svarande
Nationella SOM-undersökningen 2012	278	4,5 %
Nationella SOM-undersökningen 2013	634	7,5 %
Nationella SOM-undersökningen 2014	372	5,4 %
Nationella SOM-undersökningen 2015	496	6,0 %
Nationella SOM-undersökningen 2016	690	7,0 %
Västsvenska SOM-undersökningen 2016	276	7,2 %
SOM-undersökningen i Göteborg 2016	549	15,9 %

### Vem svarar på webben och hur?

Under de fem år som webbsvar varit ett alternativ i SOM-undersökningarna har svarsmönstret i olika grupper visat sig vara stabilt över tid. Det finns en tydlig åldersfördelning mellan andel papperssvar och webbsvar, där de yngre i högre utsträckning svarar på webb och de äldre i högre utsträckning svarar på papper. I den nationella SOM-undersökningen 2016 var det omkring 26 procent av de svarande mellan 20 och 29 år som valde att svara på webben. Motsvarande andel i gruppen 60-69 åringar var 7 procent och i gruppen 70-79 åringar 3 procent.

De huvudsakliga verktygen respondenterna kunde använda för att komma åt webbenkäterna är datorer och portabla enheter som mobiltelefoner och surfplattor. Dessa olika plattformar eller *devices* kan i sin tur ha olika skärmstorlek, något som är centralt för upplevelsen av frågeformulären. Det är svårt att veta exakt hur varje enskild respondent såg det digitala formuläret, men ur data framgår hur många som svarade på dator eller på en mobil enhet.

Som Tabell 4 redovisar kom 65 procent av de digitala svaren på den nationella SOM-undersökningen 2016 från en dator, och resterande 35 procent från en mobiltelefon eller surfplatta. Förhållandet för svaren i Göteborgsundersökningen var liknande, men här svarade en något högre andel på en mobil enhet. Den undersökning där flest svarade på mobil enhet var den västsvenska, där nästan 40 procent använde mobiltelefon eller surfplatta.

**Tabell 4**      **Andel svar på dator respektive mobil enhet**

Undersökning	Andel svar på dator	Andel svar på mobil/surfplatta
Den nationella SOM-undersökningen 2016	68 %	32 %
Den västsvenska SOM-undersökningen 2016	61 %	39 %
SOM-undersökningen i Göteborg 2016	65 %	35 %

## 5 Fältarbete

Fältarbetet för 2016 års SOM-undersökningar följde till stor del samma upplägg som för tidigare år (Vernersdotter 2016). Utskick och insamling av enkäter utfördes av det fristående undersökningsföretaget Kinnmark Information AB som svarade för den tekniska delen av datainsamlingen så som tryck, distribution, telefonpåminnelser och skanning. SOM-institutet svarade för allt innehåll i utskick och enkäter, för programmering av och insamling via digitala enkäterna, samt för påminnelser via sms.

SOM-institutet ansvarade även för framtagning av den fältplan som användes för de tre undersökningarna. Fältplanen var i princip identisk för den nationella SOM-undersökningen och den västsvenska SOM-undersökningen undantaget att den västsvenska var förskjutet med en vecka under perioden fram till fältdag 91, och eftersom de stängde samtidigt hade denna alltså 7 dagar kortare fältperiod. SOM-undersökningen i Göteborg 2016 skiljde sig väsentligt från de övriga två undersökningarna då denna hade avsevärt kortare fältperiod, inga telefonpåminnelser, fler sms-påminnelser samt möjlighet att svara på webben från och med första utskicket.

### Fältplaner och insatser

Fältperioden för den nationella SOM-undersökningen inleddes i mitten av september 2016 med ett aviseringskort som informerade respondenterna om att de blivit slumpmässigt utvalda att delta i årets SOM-undersökning (se tabell 5). En vecka senare skickades enkäten ut tillsammans med ett följebrev, ett frankerat svarskuvert, en informationsbroschyr om SOM-institutets verksamhet samt en penna. Under resterande del av fältperioden genomfördes en serie påminnelseinsatser per brev, telefonsamtal och sms.

Totalt genomfördes 13 insatser (aviseringar och påminnelser) i den nationella undersökningen varav två är telefonpåminnelser med upp till sju kontaktförsök i varje (se avsnitt 5, "Påminnelser"). Fältperioden var totalt 125 dagar för den nationella undersökningen, och den stängde formellt den 31 januari 2017.

**Tabell 5** Fältinsatser i den nationella SOM-undersökningen 2016

16 sept	Utskick av aviseringsvykort
23 sept	Utskick av Missiv 1 – formulär, informationsbroschyr, svarskuvert och penna
3 okt	Utskick av tack-/påminnelsevykort
10 okt	Utskick av Missiv 2 – formulär och svarskuvert till de som ännu inte sänt in enkäten. Möjligheten att svara på webben introduceras. Missivet innehåller inloggningsuppgifter.
13 okt	Sms-påminnelse med inloggningsuppgifter till webbenkäten till de som inte svarat
20 okt–20 nov	Telefonpåminnelse till de som inte sänt in enkäten (med uppföljningsbrev med ny enkät till de som saknar och postal bekräftelse till övriga som sagt att de vill delta - Missiv 3 a/b)
1 nov alt. 22 nov	Postal påminnelse till personer utan känt telefonnummer och de som ej kunnat nås per telefon (Missiv 4)
29 nov–12 dec	Telefonpåminnelse motsvarande 20 okt–20 nov inklusive motsvarande postala komplement
14 dec	Postal påminnelse till personer utan känt telefonnummer och de som ej kunnat nås per telefon (Missiv 4)
28 dec	Utskick av Missiv 5 – formulär och svarskuvert till alla som sagt per telefon att de vill delta men ännu ej gjort det
12 jan	Utskick av Missiv 6a/b/c – formulär, svarskuvert och bortfallsenkät (enkät om varför man inte vill/kan delta) till samtliga som ej svarat
23 jan	Utskick av Missiv 7 – bortfallsenkät till samtliga som ej svarat
31 jan	Fältstopp

Den västsvenska undersökningen hade en 118 dagar lång fältperiod, och stängde vid samma tidpunkt som den nationella undersökningen (se tabell 6). Förutom ovan nämnda initiala förskjutning var deras fältplaner identiska.

**Tabell 6 Fältinsatser i den västsvenska SOM-undersökningen 2016**

23 sept	Utskick av aviseringsvykort
30 sept	Utskick av Missiv 1 – formulär, informationsbroschyr, svarskuvert och penna
10 okt	Utskick av tack-/påminnelsevykort
17 okt	Utskick av Missiv 2 – formulär och svarskuvert till de som ännu inte sänt in enkäten. Möjligheten att svara på webben introduceras. Missivet innehåller inloggningsuppgifter.
20 okt	Sms-påminnelse med inloggningsuppgifter till webbenkäten till de som inte svarat
27 okt–27 nov	Telefonpåminnelse till de som inte sänt in enkäten (med uppföljningsbrev med ny enkät till de som saknar och postal bekräftelse till övriga som sagt att de vill delta - Missiv 3 a/b)
8 nov alt. 29 nov	Postal påminnelse till personer utan känt telefonnummer och de som ej kunnat nås per telefon (Missiv 4)
6 dec–19 dec	Telefonpåminnelse motsvarande 20 okt–20 nov inklusive motsvarande postala komplement
21 dec	Postal påminnelse till personer utan känt telefonnummer och de som ej kunnat nås per telefon (Missiv 4)
28 dec	Utskick av Missiv 5 – formulär och svarskuvert till alla som sagt per telefon att de vill delta men ännu ej gjort det
12 jan	Utskick av Missiv 6a/b/c – formulär, svarskuvert och bortfallsenkät (enkät om varför man inte vill/kan delta) till samtliga som ej svarat
23 jan	Utskick av Missiv 7 – bortfallsenkät till samtliga som ej svarat
31 jan	Fältstopp

I SOM-undersökningen i Göteborg (tabell 7) genomfördes tio insatser varav fyra var sms-påminnelser. Undersökningen hade som tidigare nämnts en möjlighet att svara på webben redan från fältdag 1. Fältperioden var 72 dagar lång och Göteborgsundersökningen stängde 16 december 2016.

**Tabell 7 Fältinsatser i SOM-undersökningen i Göteborg 2016**

23 sept	Utskick av aviseringsvykort
30 sept	Utskick av Missiv 1 – formulär, informationsbroschyr, svarskuvert och penna. Möjligheten att svara på webben introduceras. Missivet innehåller inloggningsuppgifter.
10 okt	Utskick av tack-/påminnelsevykort
17 okt	Utskick av Missiv 2 – formulär och svarskuvert till de som ännu inte sänt in enkäten.
20 okt	Sms-påminnelse med inloggningsuppgifter till webbenkäten till de som inte svarat
2 nov	Utskick av Missiv 3 – formulär och svarskuvert
3 nov	Sms-påminnelse med inloggningsuppgifter till webbenkäten till de som inte svarat
16 nov	Utskick av Missiv 3 – formulär och svarskuvert
17 nov	Sms-påminnelse med inloggningsuppgifter till webbenkäten till de som inte svarat
29 nov	Sms-påminnelse med inloggningsuppgifter till webbenkäten till de som inte svarat
6 dec	Utskick av Missiv 4 – formulär, svarskuvert och bortfallsenkät (enkät om varför man inte vill/kan delta) till samtliga som ej svarat
16 dec	Fältstopp

Fältarbetet avslutades med att Kinnmark Information AB gjorde en slutskanning av inkomna enkäter och sammanställde en datafil som skickades till SOM-institutet för validering. Enkäter som kom in efter slutskanningen registrerades manuellt av SOM-institutet. De fåtal enkäter som kom in efter fältstopp fortsattes att registreras manuellt under februari och mars 2017. Den allra sista enkäten inkom den 22 mars. Vid datavalideringsprocessens slut avidentifierades enkäterna och alla personuppgifter raderades.

## Påminnelser

Under fältperioden genomfördes en serie påminnelser via post, telefon och sms.

Påminnelseinsatserna för den nationella och den västsvenska undersökningen följde samma upplägg medan undersökningen i Göteborg hade en kortare fältperiod utan telefonpåminnelser.

De tio påminnelserna följde ett förutbestämt upplägg men varierade något mellan respondenterna beroende på tillgång på telefonnummer och resultat av telefonpåminnelsen. De utvalda respondenterna kunde när som helst under fältperioden avsäga sin medverkan genom att ta kontakt med SOM-institutet eller fältföretaget varpå påminnelserna upphörde. Endast 4,5 procent av det totala urvalet respondenter blev föremål för samtliga påminnelseinsatser.

Den första påminnelsen per post skickades ut som ett vykort där vi tackade respondenterna om de redan hade svarat och påminde om att svara om de inte redan hade gjort det. De efterföljande påminnelserna innehöll ett kort brev med en uppmaning att svara på enkäten och i några fall en ny enkät. Påminnelserna som skickades ut i anslutning till telefonpåminnelserna var formulerade olika för de som i telefon sagt att de var villiga att svara och för dem som undersökningsföretaget inte kommit i kontakt med. Den sista påminnelsen per post innehöll en kort enkät där vi erbjöd respondenterna att ange varför de inte svarat på undersökningen. Dessa svar redovisas som bortfall och analyseras i avsnitt kapitel 7 i föreliggande rapport.

## Telefonpåminnelser

De respondenter som inte hade svarat vid fältdag 19 telefonnummersattes av fältföretaget. I den nationella undersökningen kunde 26 procent av de som ännu inte svarat kopplas till ett fast telefonnummer och 12 procent kunde kopplas till ett mobiltelefonnummer (se tabell 8). Totalt telefonnummersattes 38 procent av de som ännu inte svarat i den nationella SOM-undersökningen. Den yngre halvan av respondenterna är överrepresenterade i telefonnummersättningen och de äldre underrepresenterade helt enkelt eftersom såväl svarsvilja som inströmningshastighet är större bland äldre än bland yngre.

**Tabell 8 Andel telefonnummersatta och åldersproportionalitet, den nationella SOM-undersökningen 2016 (procent)**

	Samtliga	16–29 år	30–49 år	50–64 år	65–85 år
Hemnummer	26	+1	+2	+1	-4
Mobilnummer	12	+13	+8	-8	-13
Hem- och mobilnummer	38	+5	+4	-2	-6

Telefonpåminnelsen skedde i två vågor, den första vågen varade fyra och en halv vecka och den andra två veckor med maximalt sju kontaktförsök i varje. Numret som undersökningsföretaget ringde ifrån var registrerat på SOM-institutet vilket gjorde att personer med smartphones med appar kopplade till telefonregister kunde se att det var SOM-institutet som ringde. Numret kunde också kopplas till SOM-institutet via en sökning på internet.

Vid telefonkontakt uppmanades respondenten att svara på enkäten. Om respondenten var positiv till att delta skickades ett uppföljningsbrev, med eller utan ny enkät beroende på vad som avtalades i telefon, där SOM-institutet tackade för att de ville delta i undersökningen. Respondenter som sa sig vara osäkra på deltagande i den första vågen telefonpåminnelser kontaktades inte i den andra vågen telefonpåminnelser. Om respondenten inte ville delta i undersökningen registrerades, i den mån

respondenteten uppgav en sådan, orsaken enligt ett fördefinierat kodschema och personen avfördes från den del av urvalet som fortsättningsvis kontaktades.

Respondenter över 18 år måste tacka nej till att delta i undersökningen personligen, respondenter under 18 år kunde avföras från det aktiva urvalet på förälders eller målsmans begäran. Personer som var fysiskt eller mentalt oförmögna att svara, bortresta på längre tid, utflyttade, avlidna eller inte talade svenska kunde också avföras från det aktiva urvalet på begäran av tredje person.

Om respondenten inte gick att nå under den första telefonpåminnelsevägen gjordes nya försök i den andra påminnelsevägen.

### Sms-påminnelser

Utöver påminnelser via telefonsamtal och post användes elektroniska påminnelser i form av sms. Att använda sms är en kostnadseffektiv påminnelsemetod som är enkel att administrera.

Telefonnummersättningen skedde via undersökningsföretaget fältdag 14. Endast mobiltelefonnummer telefonnummersattes i samtliga undersökningar. Tabell 9 redovisar upplägget för sms-påminnelser i samtliga undersökningar 2016.

**Tabell 9 SMS-utskick i SOM-undersökningarna 2016**

	Telefonnummersatta	Skickade sms	Fältdag	Antal sms-utskick
Den nationella SOM-undersökningen	44,1 %	6 497	15	1
Den västsvenska SOM-undersökningen	43,4 %	2 519	15	1
SOM-undersökningen i Göteborg*	40,7 %	2 068	15	4

**Kommentar:** Procentbasen utgörs av de som ännu inte svarat fältdag 14 och därmed gick till telefonnummersättning.

\*Avser SMS-utskick 1.

Den västsvenska och den nationella SOM-undersökningen gick ut med endast ett sms vardera. SOM-undersökningen i Göteborg, som saknade övriga telefonpåminnelser, skickade sammanlagt ut fyra SMS under fältperioden. I samtliga sms ingick en länk till webbenkäten samt inloggningsuppgifter. I Appendix I finns en detaljerad beskrivning av samtliga sms.

### Nej-experiment

Som en del av utvecklingen av fältarbete och påminnelseinsatser genomförs regelbundet storskaliga metodexperiment för att testa effekten av olika upplägg. Ett mindre sådant experiment genomfördes inom ramen för den västsvenska SOM-undersökningen 2016. Experimentet gick ut på att testa effekten på bortfallet av att ha en nej-utväg i sms:et. Att erbjuda en tidig utväg från undersökningen är positivt ur ett respondentperspektiv. Den positiva effekten kan däremot vägas mot risken att skapa ett stort bortfall tidigt i undersökningen.

Fältdag 15 telefonnummersattes de som ännu inte svarat på den västsvenska SOM-undersökningen och som ingick i det ordinarie urvalet (se tabell 1 ovan). De med mobiltelefonnummer randomiserades in i experiment- respektive kontrollgrupp (n=965/963). Experimentgruppen mottog ett sms som löd:

Hej! I dagarna får du en ny enkät med posten från oss på SOM-institutet, Göteborgs universitet. Du kan svara på den redan nu genom att följa länken [www.som.gu.se/svara](http://www.som.gu.se/svara). Logga in som []. Om du inte vill delta i undersökningen

kan du svara NEJ på det här sms:et, men vi hoppas att du kan tänka dig att vara med. Tack! Henrik Ekengren Oscarsson”

I kontrollgruppens sms saknades en nej-utväg:

Hej! I dagarna får du en ny enkät med posten från oss på SOM-institutet, Göteborgs universitet. Du kan svara på den redan nu genom att följa länken [www.som.gu.se/svara](http://www.som.gu.se/svara). Logga in som []. Vi hoppas att du kan tänka dig att delta. Tack! Henrik Ekengren Oscarsson

Resultaten visar att NEJ-alternativet skapade ett betydligt större bortfall tidigt i fältperioden. I experimentgruppen valde 167 personer att svara NEJ på sms:et. I kontrollgruppen återkom 10 personer med svar på sms om att de önskade att inte delta. En intressant fråga är om det genererade bortfallet leder till att personer som möjligen skulle ha kunnat tänka sig att delta i undersökningen inte gjorde det på grund av den tidiga möjligheten att enkelt svara NEJ. I tabell 10 framgår det att bruttosvarsfrekvensen i de båda grupperna skiljer sig åt. Experimentgruppen har en lägre brutto svarsfrekvens än kontrollgruppen. Resultaten indikerar att en alltför tidig nej-utväg kan leda till att respondenter som kunnat tänka sig att svara, tidigt i fältperioden väljer att meddela svarsvägran då sms:et erbjuder en enkel väg ut.

**Tabell 10**      **Bruttosvarsfrekvens i experiment- och kontrollgrupp, den västsvenska SOM-undersökningen 2016 (procent)**

	Kontrollgrupp	Experimentgrupp	Differens	Samtliga
Bruttosvarsfrekvens	36,45	31,30	5,1**	33,87

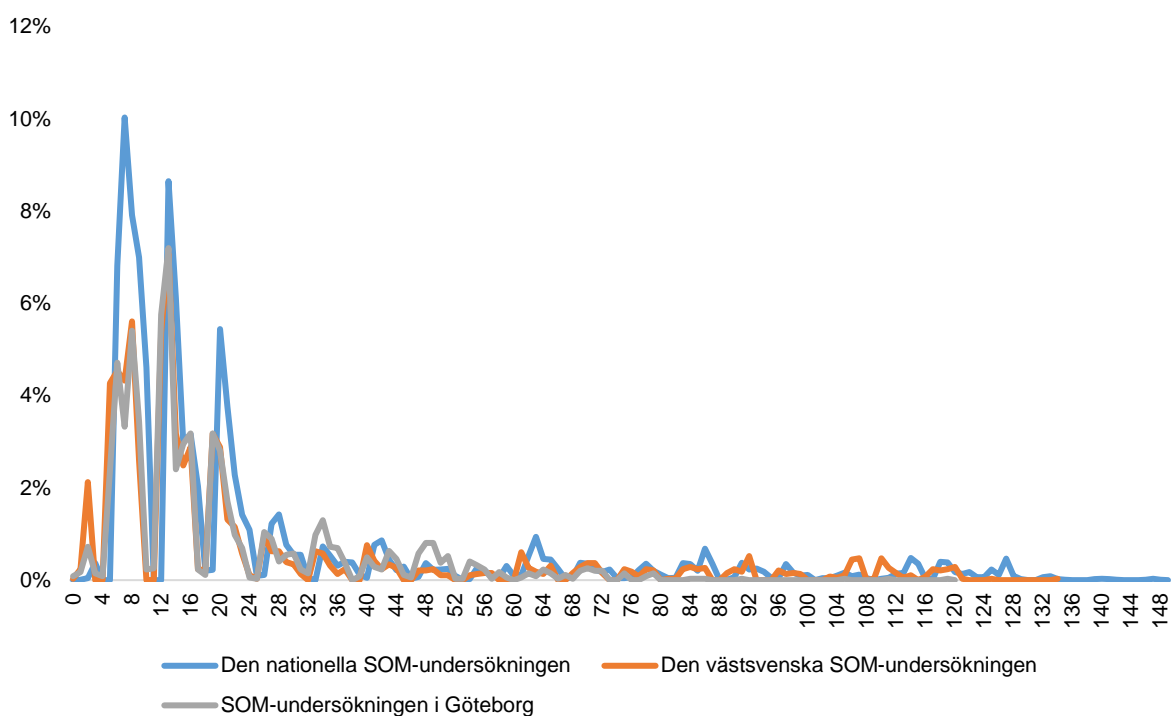
**Kommentar:** Avser bruttosvarsfrekvens i gruppen ordinarie urval som ingick i telefonnummersättningen fältdag 15.



## 6 Inflöde

Samtliga tre undersökningar uppvisar samma inflödesmönster (se figur 2). De första dagarnas pika och djupa dalar är resultatet av det kraftiga inflödet under vardagar och avsaknaden av inflöde under helgdagar. Inflödet av ifyllda enkäter under fältperioden kommer i vågor, tydligt i fas med utskick och påminnelseåtgärder. Vågbildseffekten är ett mycket stabilt fenomen som uppträder i varje undersökning.

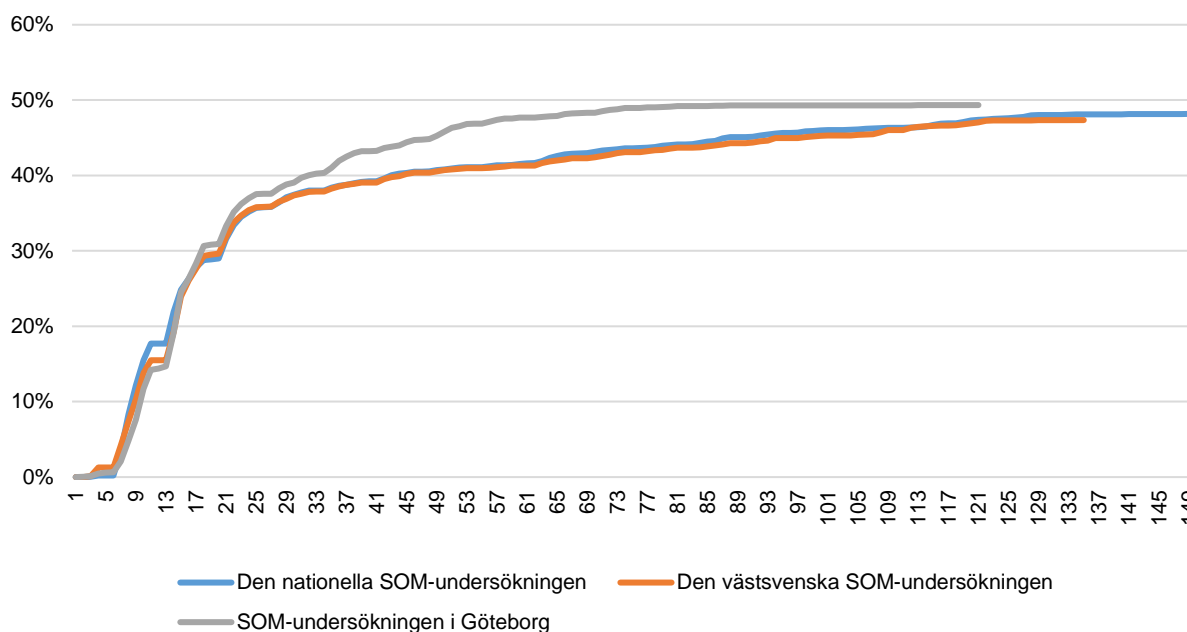
**Figur 2** Inflöde per dag i SOM-undersökningarna 2016 (procent av totalt inflöde)



De flesta respondenter som väljer att delta i en SOM-undersökning gör det redan under de första veckorna. Vid inflödesdag 30 var bruttosvarsfrekvensen för den nationella SOM-undersökningen 36,2 procent, den västsvenska SOM-undersökningen 36,0 procent och SOM-undersökningen i Göteborg 38,0 procent. För den nationella SOM-undersökningen hade 90 procent av de slutgiltiga svaren kommit in i början av december (se figur 3).

Inflödet på webben skiljer sig något från pappersenkäten i den bemärkelse att personer som svarar via internet gör det senare under fältarbetet än personer som svarar på papper vilket delvis förklaras av att möjligheten att svara på webben introducerades först vid fältdag 15 i de nationella undersökningarna och den västsvenska SOM-undersökningen. Till skillnad från inflödet på papper som kommer i stadiga, men minskande vågrörelser i samband med varje påminnelseinsats var inflödet på webben högt i samband med den första påminnelsen efter webbintroduktionen och påminnelsen via sms.

**Figur 3** Dagligt inflöde av enkäter i SOM-undersökningarna 2016 (kumulativ procent av bruttourvalet)



Anledningen till den långa fältperioden är att vi i viss mån kan stävja den överrepresentativitet SOM-undersökningarna har av äldre svarspersoner. En längre fältperiod har också viss effekt på frågor som intresse för politik och morgontidningsläsning. Efter 40 dagar ligger bruttosvarsfrekvensen på ca 40 procent men genom att låta undersökningen vara i fält i ytterligare 90 dagar uppnår SOM-undersökningarna en bättre slutgiltig åldersmässigt representativitet och en något lägre skattning av politiskt intresse och morgontidningsläsning vilket antas ge en mer rättvisande bild (tabell 11).

**Tabell 11** Effekt av lång fältperiod den nationella SOM-undersökningen 2016

	16-19 år	20-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-69 år	70-79 år	80-85 år	Total	Mycket intresserad av politik	Daglig morgn.tidn läsning
Fältdag 40	3,0	9,5	11,3	14,3	17,3	20,9	18,8	4,9	100	17,6	32,5
Sista fältdagen	3,7	10,8	12,7	15,0	17,3	19,1	17,0	4,4	100	16,9	29,8
Δ fältdag 40 och sista fältdag	+0,7	+1,3	+1,4	+0,8	0,0	-1,8	-1,8	-0,5		-0,7	-2,7

## 7 Svarsfrekvens och bortfall

Från bruttourvalen räknar vi bort ett så kallat naturligt bortfall. Det naturliga bortfallet redogörs för senare i kapitlet. Det kvarvarande nettourvalet ligger till grund för redovisningar av undersökningarnas svarsfrekvens. Nettosvartsfrekvensen för den nationella SOM-undersökningen blev 51 procent, den västsvenska SOM-undersökningens ordinarie urval 49 procent och för SOM-undersökningen i Göteborgs ordinarie urval 50 procent (se tabell 12). Inom den nationella SOM-undersökningen varierade nettosvartsfrekvensen mellan 49 procent (edition 1) och 52 procent (edition 2 och 3).

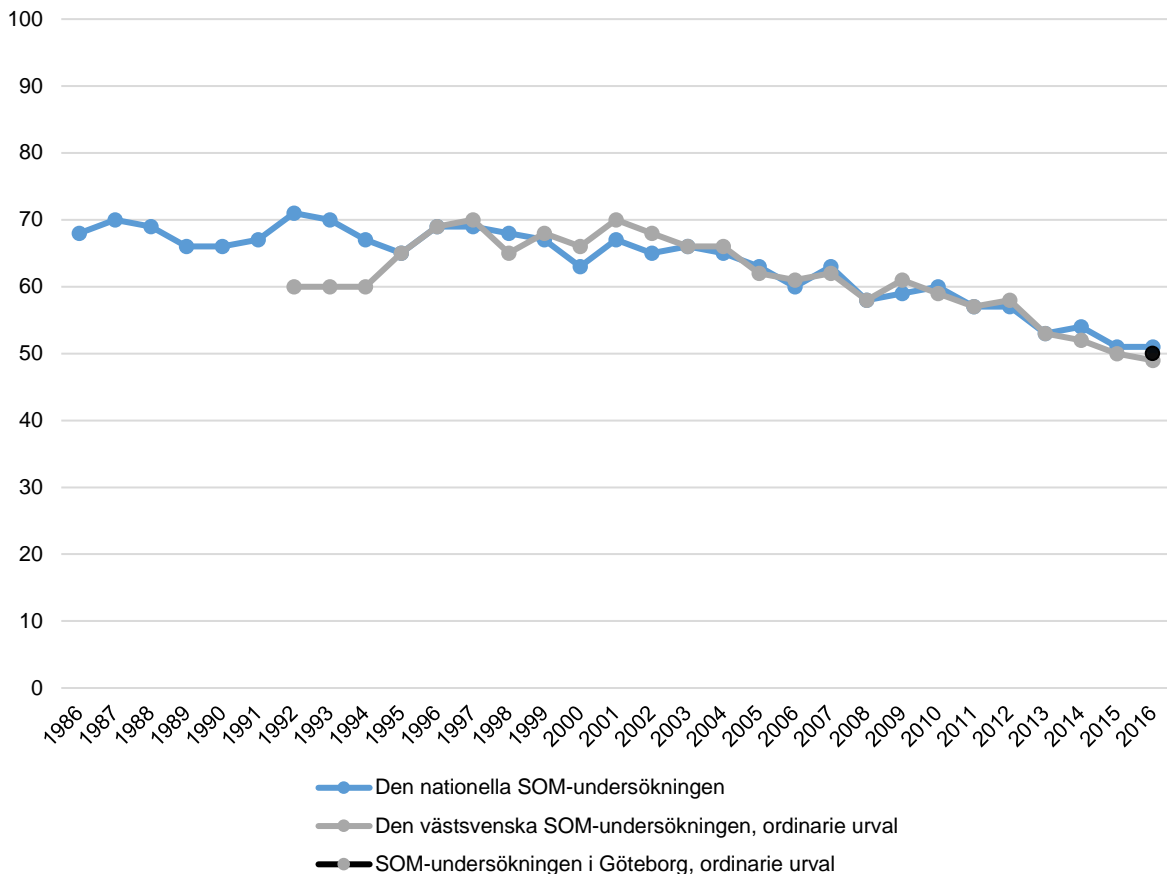
**Tabell 12 Svarsfrekvens för SOM-undersökningarna 2016**

	Den nationella SOM-undersökningen							Den västsvenska SOM-undersökningen		SOM-undersökningen i Göteborg	
	Totalt	Edition 1	Edition 2	Edition 3	Edition 4	Edition 5	Edition 6	Ordinarie	Incitament	Ordinarie	Incitament
Bruttourval	20 400	3 400	3 400	3 400	3 400	3 400	3 400	6 071	1 929	5 053	1 947
Naturligt bortfall	1 033 (5,1 %)	159 (4,7 %)	167 (4,9 %)	175 (5,1 %)	170 (5,0 %)	180 (5,3 %)	182 (5,4 %)	326 (5,4 %)	79 (4,1 %)	254 (5,0 %)	78 (4,0 %)
Nettourval	19 367	3 241	3 233	3 225	3 230	3 220	3 218	5 745	1 850	4 799	1 869
Vägran	1 768	323	279	282	302	289	293	457	160	400	140
Ej anträffade	7 778	1 338	1 262	1 265	1 292	1 282	1 339	2 488	675	1 979	691
Antal svarande	9 828	1 580	1 692	1 679	1 636	1 650	1 591	2 800	1 016	2 396	1 062
Svarsfrekvens brutto	48 %	46 %	50 %	49 %	48 %	49 %	47 %	46 %	53 %	47 %	55 %
Svarsfrekvens netto	51 %	49 %	52 %	52 %	51 %	51 %	49 %	49 %	55 %	50 %	57 %

Källa: SOM-undersökningarna 2016.

SOM-undersökningarna har generellt uppvisat ett mycket gott resultat för den här typen av längre enkäter, med en genomsnittlig svarsfrekvens för alla de nationella genomförda undersökningarna 1986–2014 på 64 procent (figur 4). Svarsfrekvensen har dock, precis som i många andra undersökningsserier, minskat i jämn takt med en knapp procentenhet per år sedan början på 1990-talet till följd av lägre kontaktgrad och fler vägrare. Den västsvenska undersökningen 2016 följde den nedåtgående trenden medan den nationella undersökningen höll sig kvar på samma svarsfrekvens som förra året.

**Figur 4      Nettosvarsfrekvens i SOM-undersökningarna 1986-2016 (procent)**



Av tabell 13 framgår hur svarsbenägenheten i de nationella SOM-undersökningarna varierar med könstillhörighet, ålder och geografisk hemvist över tid. I likhet med erfarenheterna från tidigare års SOM-undersökningar svarar kvinnor som grupp i större utsträckning än vad män gör. 53 procent av kvinnorna och 48 procent av männen svarade på SOM-undersökningen 2016. De senaste fem åren har kvinnors svarsvilja dock minskat snabbare än mäns vilket har gjort att könsskillnaden slutat att växa. Den genomsnittliga skillnaden i svarsfrekvens sedan millennieskiftet är 5 procentenheter vilket också är differensen i årets undersökning. Skillnaden mellan kvinnors och mäns svarsfrekvens i de sex editionerna varierar med mellan två och sex procentenheter. Det går inte att se några mönster i svarsfrekvensen för de olika geografiska regionerna i Sverige, på ett lokalt plan kan vi däremot se att svarsfrekvensen skiljer sig mellan olika stadsdelar beroende på resursstyrka. Respondenter som bor i områden med lägre resursstyrka svarar i lägre utsträckning än respondenter från resursstarka områden (Bové 2016). Representativiteten i olika åldersgrupper utgör en stor utmaning. De äldre åldersgrupperna svarar i lika stor omfattning nu som de gjorde i början av 2000-talet medan de yngre åldersgruppernas svarsfrekvens är sluttande.

**Tabell 13 Nettosvarsfrekvens i olika grupper, de nationella SOM-undersökningarna, 2002–2016 (procent)**

		2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	2016	E1	E2	E3	E4	E5	E6
	Samtliga	65	66	65	63	60	63	58	59	60	57	57	52	54	51	51	49	52	52	51	51	49
Kön	Kvinnor	69	68	67	65	64	66	62	61	64	60	58	54	56	54	53	50	54	55	53	52	53
	Män	62	64	63	61	57	60	55	56	57	54	55	49	51	49	48	47	50	49	48	50	46
Ålder	15–19 år <sup>1</sup>	61	60	55	56	49	53	46														
	16–19 år								48	50	46	42	39	38	37	36	33	38	37	33	34	40
	20–24 år	61	57	55	53	43	49	41	43	42	36	38	32	31	29	31	29	39	30	28	32	29
	25–29 år	60	63	57	54	50	51	44	44	42	41	42	36	37	35	34	34	37	36	32	34	29
	30–39 år	57	60	59	57	54	54	51	50	48	47	43	41	43	40	39	36	41	40	41	41	39
	40–49 år	64	63	61	58	59	59	54	55	58	54	53	49	49	47	47	45	50	47	49	46	45
	50–59 år	69	71	69	69	67	68	65	66	67	63	63	57	59	56	54	52	54	58	57	52	53
	60–69 år	76	79	78	73	73	78	75	74	76	74	74	69	71	69	68	65	69	69	67	70	68
	70–79 år	71	75	79	75	71	75	76	73	81	77	77	72	76	74	75	77	74	74	74	79	72
	80–85 år	66	62	65	64	67	71	65	70	76	73	70	63	65	71	67	61	68	71	63	62	64
Region	Stockholm	60	61	61	57	56	56	53	57	55	52	52	50	51	47	47	44	48	50	46	49	46
	Östra Mellansverige	64	66	65	66	63	68	60	58	60	58	55	53	54	51	53	54	59	55	50	52	51
	Småland och öarna	68	66	70	67	62	62	61	62	66	59	60	52	58	53	52	49	55	52	51	51	52
	Sydsverige	69	67	64	61	58	62	55	58	57	56	57	50	50	52	50	50	49	47	54	50	49
	Västsverige	65	69	67	62	60	66	60	60	62	58	59	54	56	55	53	51	54	55	54	53	51
	Norra Mellansverige	67	69	61	64	62	61	63	58	63	59	58	52	53	50	49	45	51	50	48	52	47
	Mellersta Norrland	69	63	69	67	60	63	57	59	63	63	62	57	58	55	54	51	50	56	60	57	48
	Övre Norrland	67	68	71	64	64	63	65	61	65	58	60	51	53	52	52	46	56	57	51	52	50

**Kommentar:** Resultaten baseras på registerdata från Skatteverkets registertjänst Navet. <sup>1</sup>15-åringarna ingår inte i SOM-undersökningarna fr.o.m. 2009 varför resultaten inte är helt jämförbara beträffande yngsta åldersgruppen.\*Endast edition 1–4.

**Källa:** De nationella SOM-undersökningarna 2000–2016.

## Kontaktgrad

Förutsättningen för att få svar på SOM-undersökningarna är att enkäterna når de som blivit utvalda att delta respektive i undersökning. SOM-institutet använder sig av flera kontaktvägar under fältarbetets gång för att komma i kontakt med dem som ingår i urvalet (se avsnitt 5). Påminnelser genomförs via brev, via telefonsamtal till fasta och mobila telefoner och via sms till mobiltelefoner. Olika kontaktvägar för påminnelseinsatser används för att komma i kontakt med så många som möjligt av dem som ingår i urvalet.

Kontaktgraden avser andel personer i urvalet som vi var i kontakt med under undersökningens fältperiod. Samtliga personer i urvalet som på något sett återkopplade till SOM-institutet eller undersökningsföretaget under fältperioden noteras som bekräftad kontakt, även de som hör av sig för att avböja medverkan. Respondenter som vi inte haft bekräftad kontakt med kan ha mottagit och öppnat brevet och valt att inte svara på enkäten utan att informera SOM-institutet eller så har kontaktförsöken inte nått personerna. Kontaktgraden i tabell 14 är således en indikator för både kontaktsvårigheter och ointresse att svara. Kontaktgraden har minskat stadigt sedan 2010 och under fältperioden för de nationella SOM-undersökningarna 2016 återkopplade knappt 70 procent av urvalet på något sätt med SOM-institutet eller undersökningsföretaget – den lägsta kontaktgrad vi hittills har uppmätt

**Tabell 14** Bekräftad kontakt i de nationella SOM-undersökningarna 2010–2016 (procent)

	Kontakt	Ej kontakt	Summa
2010	81,5	18,5	100
2011	79,5	20,5	100
2012	78,1	21,9	100
2013	75,3	24,7	100
2014	71,4	28,6	100
2015	70,4	29,6	100
2016	68,9	31,1	100

**Kommentar:** Kategorin kontakt innefattar alla som SOM-institutet haft bekräftad kontakt med, d.v.s. alla som svarat i telefon eller på SMS, svarat på enkäten eller bortfallsenkäten eller hört av sig till SOM-institutet och meddelat att de inte önskar delta i undersökningen.

**Källa:** De nationella SOM-undersökningarna 2010–2016.

Den minskande kontaktgraden över tid kartläggs i detalj i tabell 15 och visar att andelen postreturer (och därmed adress okänd) är stabil sedan 2010. Andelen utan fungerande telefonnummer tillsammans med de som har fungerande nummer men inte svarar i telefonen när undersökningsföretaget ringer står för den ökade andelen ej bekräftade kontakter. Andelen med fast telefon i Sverige har minskat tydligt över tid vilket speglas i ökningen av dem som inte har något fungerande telefonnummer knutet till sitt namn, från 12,2 procent 2010 till 18,8 procent 2016.

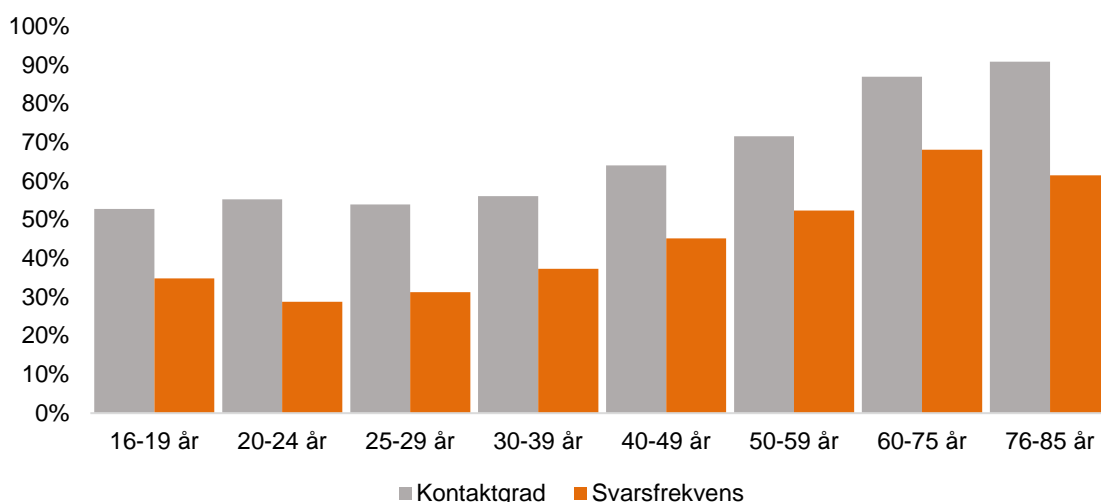
**Tabell 15 Kontaktmönster i de nationella SOM-undersökningarna 2010–2016 (procent)**

	Ej kontakt: Adress okänt och fel/inget telefon-nummer	Ej kontakt: adress okänd, inget svar på telefon	Ej kontakt: Fungerande adress men inget fungerande nummer	Ej kontakt: fungerande adress men inget svar på telefon	Kontakt: ej inskickad enkät	Kontakt: enkät ifylld och inskickad	Summa procent	Antal
2010	1,9	0,0	12,5	4,1	25,9	55,6	100	9 000
2011	2,0	0,1	14,8	3,7	27,0	52,4	100	9 000
2012	2,4	0,2	14,1	5,3	25,6	52,4	100	12 000
2013	1,9	0,1	16,0	6,6	26,0	49,4	100	17 000
2014	1,7	0,1	18,7	8,0	21,0	50,5	100	13 600
2015	1,6	0,2	19,1	8,7	21,9	48,5	100	17 000
2016	2,3	0,4	18,8	9,7	20,6	48,2	100	20 400

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2010–2016.

Kontaktgraden liksom svarsfrekvensen varierar i urvalets olika åldersgrupper. Det är de yngre svarspersonerna som är klart svårast att etablera en kontakt med, vilket återspeglas i svarsfrekvensen. Bland personer i åldrarna 16–39 år är kontaktgraden endast omkring 55 procent. Kontaktgraden ökar stadigt upp i åldrarna och bland dem i åldrarna 76–85 år är det endast 9 procent som vi inte har någon bekräftad kontakt med. Figur 5 visar kontakt- och svarsmönster för olika åldersgrupper. Differensen mellan bruttosvarsfrekvensen och bekräftad kontakt är ca 20 procentenheter för samtliga åldersgrupper undantaget de mellan 20 och 29 år samt 76–85 åringarna där differensen är större och som störst 29 procentenheter. Den relativt högre kontaktgraden i förhållande till svarsfrekvens bland de yngre förklaras delvis av möjligheten att avanmäla sin medverkan via svar på ett påminnelse-sms. Äldre hör i högre utsträckning av sig till SOM-institutet eller undersökningsföretaget själva eller genom ombud av för att avanmäla sin medverkan.

**Figur 5 Bekräftad kontaktgrad och bruttosvarsfrekvens i olika åldrar, den nationella SOM-undersökningen 2016 (procent)**



Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2016.

### Svarsbortfall

Svarsbortfall och svarsvägran riskerar att leda till avvikelser från representativiteten mellan population och urval, vilket måste tas i beaktande när materialet analyseras. Informationen om svarsbortfallet, alltså de respondenter som inte kan eller vill svara på enkäten, har inhämtats på flera sätt: via telefonpåminnelserna, direkt från respondenter eller anhöriga som hört av sig under



fältarbetets gång, via den bifogade bortfallsenkäten i sista påminnelsen med frågor om varför man inte önskar eller kan delta i undersökningen samt via Skatteverkets befolkningsregister.

Av de 10 572 personerna som inte svarade på den nationella SOM-undersökningen 2016 var det drygt en fjärdedel som i kontakt med SOM-institutet eller undersökningsföretaget uppgav information om varför de inte ville eller kunde delta i undersökningen. Det här avsnittet handlar om den fjärdedelen.

Naturligt bortfall kallas den grupp svarspersoner som inte kan delta i undersökningen på grund av att de är fysiskt eller mentalt oförmögna, avlidna, emigrerade eller har språksvårigheter som förhindrar dem att fylla i enkäten. Dessa personer avförs från nettourvalet och inkluderas därmed inte i basen för beräkningarna av nettosvarsfrekvensen för SOM-undersökningarna.

I det naturliga bortfallet är det särskilt tre grupper som dominerar: fysiskt och mentalt oförmögna, ej svensktalande/språksvårigheter samt de som inte kunnat nås på sin adress (tabell 16). I gruppen som har adress okänd/flyttat ingår även de som under fältperioden flyttat från urvalsområdet vilket förklarar varför andelen i gruppen är betydligt högre i SOM-undersökningen i Göteborg där urvalsområdet endast innefattade Göteborgs kommun. En mindre grupp utgör de som bor utomlands eller var bortresta under längre tid och därför inte är bosatta på den adress de är skrivna på i Sverige. Den minsta gruppen naturligt bortfall i samtliga undersökningar utgörs av personer som registrerats som avlidna under fältperioden.

**Tabell 16 Kategorier av naturligt bortfall, 2016 års SOM-undersökningar (procent)**

	Den nationella SOM-undersökningen	Den västsvenska SOM-undersökningen	SOM-undersökningen i Göteborg
Fysiskt/mentalt oförmögen att svara	25	22	12
Adress okänd/flyttat	46	45	70
Bor utomlands/bortrest på längre tid	11	14	10
Ej svensktalande/ språksvårigheter	15	16	6
Avliden	4	3	2
Summa procent	100	100	100
Antal personer	1 033	405	332

Källa: SOM-undersökningarna 2016.

Mot bakgrund av att undersökningarna definierar bort personer som är fysiskt och mentalt oförmögna att svara på enkäten och personer som själva eller via ombud meddelat att de inte kan svenska tillräckligt bra för att besvara enkäten, finns det anledning att betona att undersökningens resultat i första hand speglar en frisk, svensktalande befolkning.

Utöver det naturliga bortfallet registrerades även andra anledningar till att inte delta i undersökningarna. Genom att respondenterna på eget initiativ kontaktade SOM-institutet eller undersökningsföretaget möjliggjordes en kartläggning över av vilka anledningar personer valde att inte svara på SOM-undersökningarna. Fältföretaget som genomförde telefonpåminnelserna noterade inga specificerade skäl att inte vilja delta. Kategoriseringen av olika anledningar gjordes efter ett förutbestämt kodschema men av olika personer (tabell 17). Andelen i respektive kategori skall därför tolkas med försiktighet men fungerar trots det som en fingervisning för av vilka anledningar de som hör av sig, men väljer att avstå att svara på undersökningarna anger. Att andelen som uppgav ett

specifikt skäl att inte delta i SOM-undersökningen i Göteborg är mycket lägre än övriga undersökningar förklaras av att fältperioden var betydligt kortare.

**Tabell 17** Specificerade skäl till att inte vilja delta, 2016 års SOM-undersökningar (procent)

	Den nationella SOM-undersökningen	Den västsvenska SOM-undersökningen	SOM-undersökningen i Göteborg
Har inte tid	18	19	18
För många frågor	5	8	2
Vill av princip inte delta	15	14	4
Frågorna är ointressanta	5	6	7
Litar ej på anonymiteten	2	3	3
Vill ej delta utan ersättning	2	2	1
Frågorna är för svåra	2	2	5
Annat skäl	51	46	60
Summa procent	100	100	100
Antal personer	833	353	99

**Kommentar:** De som avsåg sin medverkan i undersökningarna genom att svara nej på ett påminnelse-sms ingår ej i redovisningen då inga skäl angavs. Se tabell 11 för en detaljerad redovisning av sms-utskick och möjligheten att svara nej.  
**Källa:** SOM-undersökningarna 2016.

Om vi studerar den lilla andel som uppgivit ett skäl till att inte delta ser vi att tidsbrist, i linje med tidigare erfarenheter (se t.ex. Vernersdotter 2016), fortfarande är ett mycket vanligt argument. I 2016 års undersökning var det en knappt en femtedel av personerna med en känd orsak till svarsvägran som angav detta som enda skäl till att avstå. Drygt 10 procent avstod från att svara på undersökningarna för att frågorna antingen var för svåra, för många eller för ointressanta för att besvaras. SOM-undersökningen i Göteborg sticker ut något gällande specificerade skäl att inte delta. Färre angav att de av princip inte ville delta och att det är för många frågor medan en större andel angav andra skäl. Den kortare fältperioden och det kortare formuläret för SOM-undersökningen i Göteborg 2016 är den troliga förklaringen till skillnaderna. Det är för få som anger något skäl att inte delta för att vi ska kunna dra några slutsatser om systematiska skillnader mellan den nationella SOM-undersökningens olika editioner.

## 8 Representativitet

Vilka som svarar och vilka som inte svarar på en frågeundersökning har betydelse för tolkningen av undersökningens resultat. Om en viss grupp är underrepresenterad och samma grupps svar tenderar att skilja sig från övrigas blir studiens resultat mindre giltiga för populationen som helhet. Om svarsbenägenheten i en grupp varierar påtagligt mellan åren kan det också förklara variationer i svarsmönster för enskilda frågor.

Vi har studerat vilka konsekvenser skevheterna i representativiteten har för undersökningens träffsäkerhet genom att vikta resultaten för kön, ålder och geografisk hemvist och jämföra utfallet i den viktade och oviktade gruppen. Elias Markstedt (2014) visar att träffsäkerheten i attitydfrågor om politiska förslag och bedömningar av ekonomin är hög trots de sjunkande svarsfrekvenserna. Frågor om nyhetskonsumtion påverkas däremot något mer av att delar av befolkningen har en lägre representation i svarsunderlaget. De dalande svarsfrekvenserna har alltså en effekt på svarens träffsäkerhet i vissa typer av frågor där det existerar stora generationsskillnader.

### Svarsgruppens sammansättning

För att kontrollera hur väl svarsgruppen speglar befolkningen jämförs fördelningen i de registervariabler som Skatteverket tillhandahåller i urvalet och svarsgruppen med den i befolkningen. Vi har redan konstaterat att män och unga svarar i mindre utsträckning än kvinnor och äldre personer vilket gör avtryck i svarsgruppens sammansättning. Det finns inga nämnvärda skillnader i den geografiska sammansättningen av svarspersoner jämfört med befolkningen som helhet. I tabell 18 och 19 redovisas bruttourvalet, nettourvalet och svarsgruppens representativitet i fråga om kön, ålder och medborgarskap relativt befolkningen. Alla jämförelser avser den del av befolkningen som urvalet representerar, det vill säga Sveriges befolkning i åldrarna 16 till 85 år.<sup>3</sup>

Fördelningen mellan kvinnor och män är 50-50 i befolkningen och urvalet, men 52-48 bland de svarande i SOM-undersökningen (tabell 18). Fördelningen mellan kvinnor och män varierar något mellan editionerna. I samtliga editioner är andelen kvinnor som svarat på undersökningen högre än i urvalet och omvänt för män.

---

<sup>3</sup> Åldersspannet för medborgarskap är 16-84 år pga. SCB:s redovisningsintervaller.

**Tabell 18 Könsfördelning bland urval och svarande jämfört med svenska befolkningen, 2016 års SOM-undersökningar (procent)**

	Befolkningsunderlag	Kvinnor	Män	Summa
	Befolkningen	50	50	100
Den nationella SOM-undersökningen edition 1–6	Bruttourval	50	50	100
	Nettourval	50	50	100
	Svarande totalt	52	48	100
<i>Edition 1</i>	<i>Bruttourval</i>	<i>49</i>	<i>51</i>	<i>100</i>
	<i>Nettourval</i>	<i>49</i>	<i>51</i>	<i>100</i>
	<i>Svarande</i>	<i>51</i>	<i>49</i>	<i>100</i>
<i>Edition 2</i>	<i>Bruttourval</i>	<i>50</i>	<i>50</i>	<i>100</i>
	<i>Nettourval</i>	<i>50</i>	<i>50</i>	<i>100</i>
	<i>Svarande</i>	<i>51</i>	<i>49</i>	<i>100</i>
<i>Edition 3</i>	<i>Bruttourval</i>	<i>51</i>	<i>49</i>	<i>100</i>
	<i>Nettourval</i>	<i>51</i>	<i>49</i>	<i>100</i>
	<i>Svarande</i>	<i>54</i>	<i>46</i>	<i>100</i>
<i>Edition 4</i>	<i>Bruttourval</i>	<i>50</i>	<i>50</i>	<i>100</i>
	<i>Nettourval</i>	<i>50</i>	<i>50</i>	<i>100</i>
	<i>Svarande</i>	<i>53</i>	<i>47</i>	<i>100</i>
<i>Edition 5</i>	<i>Bruttourval</i>	<i>51</i>	<i>49</i>	<i>100</i>
	<i>Nettourval</i>	<i>51</i>	<i>49</i>	<i>100</i>
	<i>Svarande</i>	<i>52</i>	<i>48</i>	<i>100</i>
<i>Edition 6</i>	<i>Bruttourval</i>	<i>50</i>	<i>50</i>	<i>100</i>
	<i>Nettourval</i>	<i>50</i>	<i>50</i>	<i>100</i>
	<i>Svarande</i>	<i>54</i>	<i>46</i>	<i>100</i>
Västsvenska SOM-undersökningen	<i>Bruttourval</i>	<i>49</i>	<i>51</i>	<i>100</i>
	<i>Nettourval</i>	<i>49</i>	<i>51</i>	<i>100</i>
	<i>Svarande</i>	<i>52</i>	<i>48</i>	<i>100</i>
SOM-undersökningen i Göteborg	<i>Bruttourval</i>	<i>49</i>	<i>51</i>	<i>100</i>
	<i>Nettourval</i>	<i>49</i>	<i>51</i>	<i>100</i>
	<i>Svarande</i>	<i>53</i>	<i>47</i>	<i>100</i>

**Kommentar:** Data om befolkningen, avgränsade till åldersintervallet 16–85 år, data om respektive urval är hämtade från registerdata, data om svarande från respondentens egen uppgift (registerdata i de fall uppgift saknas).

**Källa:** SOM-undersökningarna 2016 och Statistiska centralbyrån ([www.scb.se](http://www.scb.se))

De största skevheterna i representativitet hittar vi i åldersfördelningen bland svarspersoner jämfört med befolkningen vilket är en direkt spegling av svarsfrekvensen i de olika åldersgrupperna. Åldersrepresentativiteten bland svarspersonerna skiljer sig mest åt från befolkningen bland 16–29-åringar som är underrepresenterade med åtta procentenheter och 50–75-åringar som är överrepresenterade med 10 procentenheter (tabell 19). Skevheten i åldersfördelningen är större bland män än kvinnor.

**Tabell 19 Åldersgruppernas fördelning bland svarande och i urvalen jämfört med svenska befolkningen, 2016 års SOM-undersökningar (procent)**

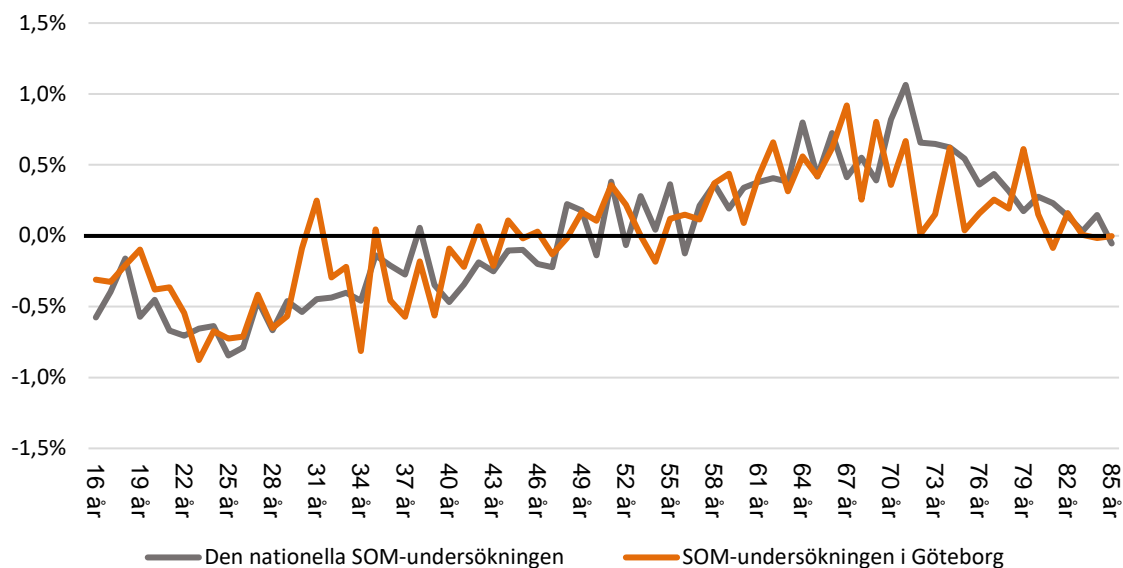
	Befolkningsunderlag	16–29 år	30–49 år	50–75 år	76–85 år	Summa
	Befolkning	22	33	38	7	100
Den nationella SOM-undersökningen edition 1–6	Bruttourval	22	33	38	7	100
	Nettourval	22	33	39	6	100
	Svarande	14	28	49	9	100
<i>Edition 1</i>	<i>Bruttourval</i>	23	32	38	7	100
	<i>Nettourval</i>	22	33	39	6	100
	<i>Svarande</i>	15	26	50	9	100
<i>Edition 2</i>	<i>Bruttourval</i>	23	33	37	7	100
	<i>Nettourval</i>	22	33	38	7	100
	<i>Svarande</i>	16	29	46	9	100
<i>Edition 3</i>	<i>Bruttourval</i>	22	32	38	8	100
	<i>Nettourval</i>	21	32	40	7	100
	<i>Svarande</i>	14	27	49	10	100
<i>Edition 4</i>	<i>Bruttourval</i>	22	33	38	7	100
	<i>Nettourval</i>	22	33	38	7	100
	<i>Svarande</i>	14	29	48	9	100
<i>Edition 5</i>	<i>Bruttourval</i>	22	33	38	7	100
	<i>Nettourval</i>	21	33	39	7	100
	<i>Svarande</i>	14	28	49	9	100
<i>Edition 6</i>	<i>Bruttourval</i>	22	33	38	7	100
	<i>Nettourval</i>	22	32	39	7	100
	<i>Svarande</i>	14	28	49	9	100
Den västsvenska SOM-undersökningen	<i>Bruttourval</i>	23	33	37	7	100
	<i>Nettourval</i>	22	33	38	7	100
	<i>Svarande</i>	14	29	47	10	100
SOM-undersökningen i Göteborg	<i>Bruttourval</i>	25	36	33	5	100
	<i>Nettourval</i>	24	36	34	5	100
	<i>Svarande</i>	20	32	41	7	100

**Kommentar:** Data om befolkningen, avgränsade till åldersintervallet 16–85 år, data om respektive urval är hämtade från registerdata, data om svarande från respondentens egen uppgift (registerdata i de fall uppgift saknas).

**Källa:** SOM-undersökningarna 2016 och Statistiska centralbyrån ([www.scb.se](http://www.scb.se))

I figur 6 redovisas procentavvikelsen i svarsgruppen i förhållande till befolkningen bland de svarande i den nationella SOM-undersökningen med ett urval från hela landet och SOM-undersökningen i Göteborg med Göteborgs kommun som urvalsområde. Ju närmare nollstreckat kurvan löper desto bättre är representativiteten. Figuren visar att storstadskommunen Göteborg och det nationella urvalets representativitet följer varandra väl och uppvisar samma utmaningar. Personer under 40 år är underrepresenterade i SOM-undersökningarna, speciellt 20 till 30-åringar medan de över 55 år är överrepresenterade och då speciellt de mellan 60 och 75 år.

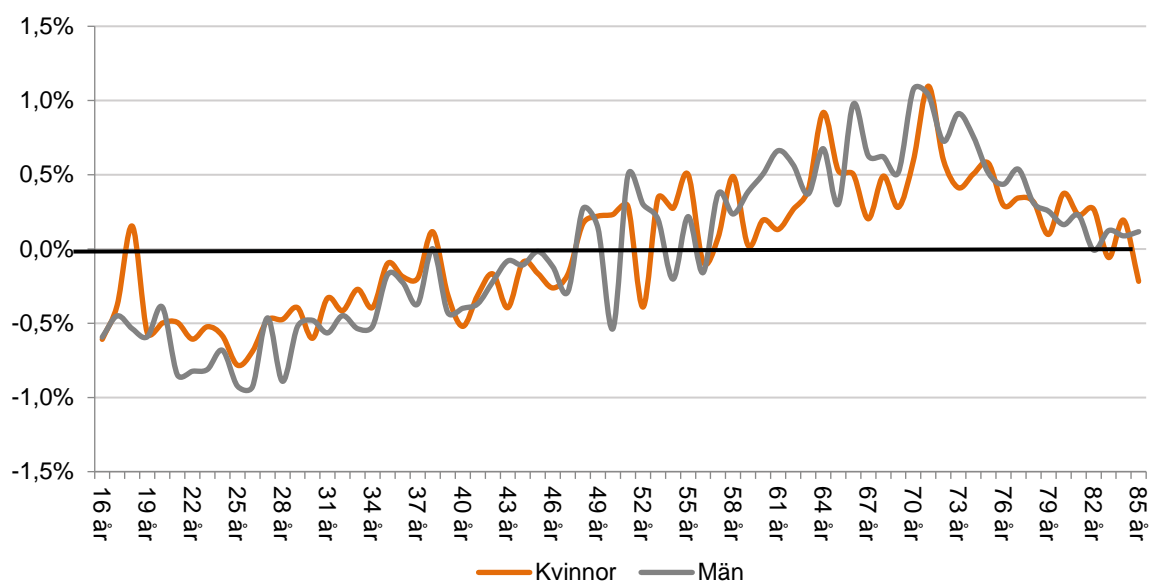
**Figur 6** Åldersrepresentativitet i SOM-undersökningarna i förhållande till befolkningen, 2016 (procentenheters avvikelse)



**Kommentar:** Nollstrecket motsvarar perfekt överensstämmelse med befolkningen. En positiv avvikelse från noll innebär en överrepresentation, en negativ avvikelse innebär en underrepresentation i förhållande till befolkningen. Data om befolkningen, avgränsade till åldersintervallet 16–85 år. **Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2016, SOM-undersökningen i Göteborg 2016 och Statistiska centralbyrån ([www.scb.se](http://www.scb.se))

I figur 7 redovisas procentavvikelsen i svarsgruppen den nationella SOM-undersökningen i förhållande till befolkningen uppdelat på kvinnor och män. Ju närmare nollstrecket kurvan löper desto bättre är representativiteten. Figuren visar att det främst är yngre män som står för den tidigare presenterade lägre svarsfrekvensen bland män då de i något högre grad är underrepresenterade bland de svarande jämfört med kvinnor.

**Figur 7** Åldersrepresentativitet i SOM-undersökningarna efter kön i förhållande till befolkningen, 2016 (procentenheters avvikelse)



**Kommentar:** Se kommentar i figur 6.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2016 och Statistiska centralbyrån ([www.scb.se](http://www.scb.se))

Andelen utländska medborgare i SOM-undersökningarnas urval stämmer väl överens med befolkningen (tabell 20). Utländska medborgare är däremot underrepresenterade bland de svarande i samtliga undersökningar. En liten andel faller bort från urvalet som naturligt bortfall, med bristande språkkunskaper som dominerande skäl, men de flesta förvinner som svarsvägran.

**Tabell 20 Andel utländska medborgare bland svarande och i urvalen jämfört med svenska befolkningen, 2016 års SOM-undersökningar (procent)**

	Den nationella SOM-undersökningen	Den västsvenska SOM-undersökningen	SOM-undersökningen i Göteborg
Befolkning	8,5	7,9	10,5
Bruttourval	8,9	7,9	10,1
Svarande	5	4,5	5,7
Δ Urval och svar	-5.1	-3.4	-4.4

**Kommentar:** Personer med dubbelt medborgarskap, varav det ena är svenskt, inräknas inte som utländska medborgare.

**Källa:** SOM-undersökningarna 2016 och Statistiska centralbyrån ([www.scb.se](http://www.scb.se)).

Jämförelserna mellan svarspersonernas och befolkningens demografiska sammansättning visar att SOM-undersökningarnas respondenter sammantaget speglar Sveriges befolkning väl i de flesta avseenden. De personer som är underrepresenterade i svarsgruppen tillhör grupper som är mindre etablerade i samhället – yngre och utländska medborgare – där åldersfördelningen står för den största skevheten.

## 9 Experiment och incitament hösten 2016

En viktig del av arbetet med SOM-undersökningarna är att ständigt arbeta med och utveckla metodologin.<sup>4</sup> Genom systematiska analyser men även experiment av nya insatser kan vi över tid förbättra undersökningarna. Hösten 2016 genomfördes ett omfattande experiment med syftet att undersöka effekten av att introducera incitament i SOM-undersökningarna. Nedan redovisas bakgrunden till experimentet, experimentdesign samt utfallet med fokus på svarsfrekvens och datakvalitet.

Fallande svarsfrekvenser har varit en genomgående trend för samhällsvetenskapliga enkätundersökningar runtom i västvärlden. Även om Sverige står sig relativt väl i förhållande till andra kontexter, har svenska enkätundersökningar kunnat märka av sjunkande svarsfrekvenser i undersökningar som använder slumpmässiga urval. Som tidigare noterats (se figur 4) har trenden även varit märkbar i SOM-undersökningarna där svarsfrekvensen sjunkit över tid.

Svarsfrekvens används ofta som en indikation på en frågeundersöknings kvalitet. Men varför är svarsfrekvensen egentligen ett problem? Svartsbortfallet kan sägas ha två huvudsakliga konsekvenser. För det första reduceras urvalets storlek och ju färre som svarar, desto sämre exakthet i skattningarna. För det andra kan urvalets sammansättning påverkas och bli mindre representativt för den population undersökningen avser undersöka. Här är det egentligen inte svarsfrekvensen som är det avgörande utan snarare skillnaden mellan svarande och icke-svarande. Tabell 13 kunde exempelvis visa hur svarsbenägenheten främst minskat hos den yngre åldersgruppen men förblivit hög i de äldsta. Sådana skillnader riskerar att leda till en sämre representativitet och därmed sämre skattningar med mer bias.

Det finns således goda skäl att försöka motverka trenden mot sjunkande svarsfrekvenser särskilt bland yngre personer. En vanlig metod de senaste decennierna har varit att introducera belöningar – incitament – till deltagare i enkätundersökningar. Forskningen ger ett massivt stöd till idén att incitament leder till högre svarsfrekvens (Singer och Ye 2013; Edwards m.fl. 2002). Positiva effekter av olika former av incitament har kunnat påvisas i såväl post-, webbenkäter och paneler. Effekterna har varit som störst när incitamenten inte har villkorats (förbelöningar).

### Experimentdesign

Hösten 2016 genomfördes två storskaliga experiment med incitament i SOM-undersökningarna. Syftet var att undersöka effekterna av att erbjuda ett incitament. Två separata undersökningar ingick i experimentet – SOM-undersökningen i Göteborg 2016 och den västsvenska SOM-undersökningen 2016. Experimentet bestod således av två stora undersökningar med en total urvalsstorlek på 15 000 individer (tabell 21). För en utförlig beskrivning av de två undersökningarna, se föregående avsnitt 2-5. Undersökningarna hade delvis olika upplägg. Tre olikheter som bör nämnas i det här sammanhanget är att 1) SOM-undersökningen i Göteborg når ett snävare geografiskt område (boende i Göteborgs kommun) och vänder sig främst till invånare i storstad 2) den västsvenska SOM-undersökningen bestod av 16 frågesidor och SOM-undersökningen i Göteborg var betydligt kortare med 8,5 frågesidor 3) fältarbetet bestod av olika påminnelseinsatser där den största skillnaden är att SOM-undersökningen i Göteborg inte hade telefonpåminnelser. När incitamentens effekt i de två olika undersökningarna och urvalen analyseras bör dessa olikheter tas hänsyn till.

---

<sup>4</sup> Se bland annat Hägglund, Jonas (2015) Metodexperiment i den västsvenska SOM-undersökningen 2014, SOM-rapport nr 2015:13, SOM-institutet, Göteborgs universitet.



Incitamentet var villkorat och bestod av en Trisslott (värde 30 SEK). Experimentgruppen fick redan i det första utskicket information om att de skulle få en efterbelöning i form av en Trisslott i utbyte mot en ifyllt och inskickad enkät. I utskicket av formuläret framgick samma information. Informationen om incitamentet syntes på ett tydligt sätt men var inte det mest framträdande i layouten.

## Urval

Experimenturvalet bestod av det totala urvalet i den västsvenska SOM-undersökningen (hädanefter den regionala undersökningen) samt SOM-undersökningen i Göteborg (hädanefter den lokala undersökningen) med undantag för individer under 19 år. Då *Lotterilagen* (1994:1000) inte tillåter unga under 18 år att delta i lotterier var det inte möjligt att inkludera personer under 18 år i experimenturvalet.<sup>5</sup> Det totala experimenturvalet i respektive undersökning randomiserades in i två grupper, en som erbjöds incitament och en kontrollgrupp som inte erbjöds något incitament (tabell 21).

**Tabell 21** Urvalsstorlekar (antal personer)

	Kontrollgrupp	Incitament	Total urvalsstorlek
Den västsvenska SOM-undersökningen	5 794	1 929	7 723
SOM-undersökningen i Göteborg	4 837	1 947	6 784

**Kommentar:** På grund av lotterilagen som förbjuder distribution av Trisslotter till personer under 18 år. Tabellen redovisar urval i experimentet. Det totala urvalet i undersökningarna skiljer sig därför åt då personer under 19 år exkluderades i urvalet. Det totala urvalet i den västsvenska SOM-undersökningen var 8 000 och i SOM-undersökningen i Göteborg 7 000.

För att kunna uttala sig om huruvida experimentgruppen skiljer sig tillräckligt mycket åt från kontrollgruppen för att kunna förkasta en nollhypotes (dvs. att det inte finns någon effekt) krävs ett tillräckligt stort urval. Beräkningar gjordes därför för att säkerställa att testets statistiska kraft – power – var tillräckligt stor. Power beror på två faktorer 1) urvalsstorleken och 2) den beräknade effektstorleken. Det krävs fler personer för att säkerställa att en mindre effekt rör sig om en systematisk skillnad och inte bara slumpmässig variation. Beräkningen baserades på antagandet om en mellanstark effekt (3,5 procentenheter, omkring 50 till 55 procent svarsfrekvens) och en 95-procentig signifikansnivå. Baserat på testet av experimentets power kunde slutsatsen dras att urvalsstorlekarna var tillräckligt stora.<sup>6</sup>

Nedan presenteras utfallet av resultaten med fokus på svarsfrekvens och svarskvalitet.

## Utfall: svarsfrekvens

I både den lokala och den regionala undersökningen blev svarsfrekvensen betydligt högre i experimentgruppen jämfört med kontrollgruppen. Tabell 22 redovisar nettosvarsfrekvensen i kontroll- respektive experimentgrupp.

<sup>5</sup> På så sätt skiljer sig de vanliga urvalen i de två undersökningarna sig (7 000 respektive 8 000) åt från det totala experimenturvalet.

<sup>1</sup> Den västsvenska SOM-undersökningen beräknades med 6 000 i kontrollgrupp och 2 000 i experimentgrupp = power ( $\pi$ ) .79. Motsvarande power för SOM-undersökningen i Göteborg med 5 000 i kontroll och 2 000 i experimentgrupp  $\pi$  = .77.

**Tabell 22      Nettosvarsfrekvens i experiment- och kontrollgrupp (procent)**

	Experiment	Kontroll	$\Delta$
Regionala SOM-undersökningen	54,9	48,7	+ 6.2
Lokala SOM-undersökningen	56,8	49,9	+6.9

Användandet av belöningar i SOM-undersökningarna gav en mycket tydlig effekt på svarsfrekvenser. I den lokala undersökningen ökade svarsfrekvensen med 6,9 procentenheter och i den regionala undersökningen var svarsfrekvensen 6,2 procentenheter högre i experimentgruppen jämfört med kontrollgruppen. Som tidigare nämnts var den lokala undersökningen betydligt kortare än den regionala undersökningen vilket delvis kan förklara skillnader i svarsfrekvens mellan den lokala och regionala undersökningen.

Arkhed, Oscarsson och Vernersdotter (2017) har närmare analyserat effekterna av incitamentet redan efter 45 fältdagar. Resultaten visar att den lokala undersökningen i Göteborg var mycket nära 50 procents svarsfrekvens redan efter 45 dagar. Mycket tyder alltså på att incitamenten även bidrar till ett snabbare inflöde av enkäter vilket i sin tur möjliggör kortare fältperioder med färre utskick och påminnelseinsatser som i sin tur sparar kostnader för utskick och trycksaker senare under fältperioden.

Arkhed m.fl. (2017) har även undersökt skillnader inom åldersgrupper, kön och boendeområde vid fältdag 45. Medelvärdeskillnaderna inom gruppen män (9 och 7 procent i lokala respektive regionala), är större än inom gruppen kvinnor (4 respektive 6 procent). De yngre åldersgrupperna uppvisar också signifikanta skillnader i svarsfrekvens mellan experiment- och kontrollgrupp. Av de grupper som testades var det endast i tre som det inte fanns några signifikanta skillnader mellan kontroll- och experimentgrupp: 50–64-åringar i Göteborg, 65–85-åringar i Västsverige och, endast testat i den regionala undersökningen, boende i Göteborgsregionen. Av allt att döma beror dessa resultat på att vi når så pass höga svarsfrekvenser i dessa äldre grupper även utan att erbjuda incitament; det handlar om ett slags takeffekt bland de allra äldsta.

Arkhed m.fl. (2017) analyserar även skillnader inom grupper. Ett intressant resultat är att effekten av incitamenten avtar ju äldre personen är. De finner ingen signifikant effekt av incitament i form av ökad svarbenägenhet hos individer över 75 år. Resultaten är mycket intressanta i relation till de utmaningar den sjunkande svarsfrekvensen innebär i de lägre åldersgrupperna (se tidigare resonemang under avsnitt 8).

### **Utfall av experiment: Datakvalitet**

Forskning om incitament i surveyundersökningar har tydligt pekat på behovet av att använda en bred definition av datakvalitet. Det vill säga, om vi vill utvärdera effekterna av incitamenten bör vi inte stirra oss blinda på enbart svarsfrekvensen. En utgångspunkt är att vi inte vill åstadkomma en högre svarsfrekvens på bekostnad av datakvaliteten. Nedan presenteras resultat från experimentet och effekterna av incitament på datakvalitet med hjälp av flera indikatorer.

Tidigare forskning om effekten av incitament på svars kvaliteten är mycket begränsad. Empirin är spretig och den samlade kunskapen är på intet vis konsekvent. Två alternativa hypoteser har förts fram. Den första är att incitament påverkar svars kvaliteten negativt genom att få personer som annars inte skulle ha svarat att svara, och i så fall mer "slarvigt" än mer motiverade respondenter. Den

alternativa omvända hypotesen är att incitament, genom att belöna respondenter, har en positiv effekt på datakvaliteten genom att det uppmuntrar människor att vara mer noggranna med sina enkätsvar (Singer och Ye 2013). Studier som har sammanfattat existerande forskning ger inget stöd för den förstnämnda hypotesen och svagt stöd för den alternativa hypotesen (Medway 2012).

Med datakvalitet avses kvaliteten på de svar som samlas in. Det finns flera sätt att mäta datakvalitet. En stor andel av forskningslitteraturen som undersöker effekten av incitament har fokuserat på uteblivna svar på enskilda frågor samt på längden av svar på öppna fritextfrågor (Medway 2012). Överlag pekar tidigare forskning på behovet av att analysera ett brett antal indikatorer. Resultaten från sådana studier har visat på inga eller svaga effekter av incitament på svars kvalitén (Singer och Kulka 2002, Petrolia och Bhattacharjee 2009; Medway 2012).

### **Analysmodell och beroende variabler**

För att undersöka effekten av incitament på datakvaliteten konstruerades 12 indikatorer i den lokala respektive den regionala undersökningen som direkt reflekterar graden av bristande motivation (så kallad "satisficing", se Krosnick 1991). Tabell 23 och 24 sammanfattar de indikatorer som används i analysen.

En första variabel mäter längden på fritextsvar i form av antalet tecken. Här förmodas med ledning av teorin att längre svar hör samman med bättre svars kvalitet, vilket också ligger i linje med tidigare forskning (Nicolaas och Lynn 1998). Svarts bortfall i enskilda frågebatterier samt enkäterna i sin helhet är en annan indikator som används. Övriga konstruktioner på svars kvalitet är andel mitten/varken eller-svar i frågebatteri och enkäten i sin helhet, andel vet-nej-svar och icke-differentiering av svar i frågebatterier (s.k straightlining).

För att analysera effekten av incitamenten används regressionsanalyser för samtliga oberoende variabler i tabell 23 och 24. Resultaten baseras på linjära regressionsanalyser i de fall då den beroende variabeln är på intervallskalenivå samt logistiska regressioner när den beroende variabeln är dikotom. En analysmodell skapas för respektive beroende variabel. I samtliga analysmodeller är den huvudsakliga oberoende variabeln huruvida personen hörde till experimentgrupp med incitament (1) eller i kontrollgrupp utan incitament (0). Samtliga modeller kontrollerar för ålder och insamlingsmetod (webbssvar eller papperssvar).

Då resultaten pekar åt samma håll och inte visar på några substantiella effekter redovisas endast resultat från linjära regressionsanalyser för både kontinuerliga och binära beroende variabler. Tabell 25 visar resultaten för de två undersökningarna. Ingen av de 24 modellerna genererar signifikanta effekter av incitament på svars kvaliteten åt någon riktning. Resultaten av alla dessa test pekar entydigt på att incitament inte har några negativa effekter på svars kvaliteten i SOM-undersökningarna.

### **Slutsatser av experimenten**

Resultaten visar att gruppen som erbjöds ett incitament hade högre svarsfrekvens. Att bli erbjuden incitament visade sig höja svarsfrekvensen med 6,2 respektive 6,9 procentenheter. En farhåga med att införa incitament är att erbjudandet riskerar att förändra respondenternas motiv för deltagande och därmed även kvaliteten på svaren. Analyser av svars kvaliteten – operationaliserat genom 24 olika beroende test – visar att det inte finns några signifikanta effekter på svars kvaliteten åt vare sig positiv eller negativ riktning. Incitament leder till högre svarsfrekvens utan att påverka svars kvaliteten negativt. Den slutsatsen blir viktig i arbetet med att designa kommande SOM-undersökningar i framtiden.

**Tabell 23 Effekter av incitament på svarskvalitet (ostandardiserade regressionskoefficienter, standardfel)**

<b>SOM-undersökningen i Göteborg</b>												
	dk_1	dk_tot	itemmiss_1	itemmisspct	lenght_str	middle_1	middle_tot	straight_1	straight_2	straight_3	straight_4	straight_5
Incitament	0.01 (0.59)	-0.00 (0.47)	0.00 (0.90)	-0.00 (0.39)	-1.31 (0.50)	0.01 (0.32)	0.00 (0.65)	-0.00 (0.76)	0.01 (0.70)	-0.00 (0.33)	-0.00 (0.44)	-0.00 (0.51)
Mode (webb)	-0.01 (0.61)	-0.01 (0.33)	-0.00 (0.72)	0.01*** (0.00)	5.94** (0.02)	0.01** (0.04)	0.03*** (0.01)	-0.00 (0.26)	-0.00 (0.88)	-0.00 (0.86)	-0.01 (0.47)	-0.00 (0.46)
Ålder (19-85)	0.00** (0.03)	-0.00*** (0.00)	0.00*** (0.00)	0.00*** (0.00)	0.00 (0.98)	0.00 (0.21)	0.00** (0.04)	0.00 (0.11)	-0.01*** (0.00)	0.00 (0.41)	0.00*** (0.00)	0.00 (0.83)
Intercept	0.28***	0.11***	-0.01	0.01**	57.25***	0.19***	0.21***	-0.00	0.76***	0.01	-0.00	0.02**
N	3247	3352	3366	3366	2736	3352	3283	2965	2901	2951	3141	2603
R <sup>2</sup>	0.002	0.004	0.011	0.007	0.002	0.002	0.003	0.002	0.078	0.001	0.005	0.000
<b>Den västsvenska SOM-undersökningen</b>												
	dk_1	dk_tot	itemmiss_1	itemmisspct	lenght_str1	lenght_str2	middle_1	middle_tot	straight_1	straight_2	straight_3	straight_4
Incitament	-0.01 (0.35)	-0.00 (0.98)	-0.00 (0.54)	-0.00 (0.36)	-0.47 (0.63)	-0.77 (0.55)	0.01 (0.40)	0.01 (0.17)	0.01 (0.285)	0.00 (0.39)	0.00 (0.86)	0.01 (0.26)
Mode (webb)	0.00 (0.99)	-0.00 (0.82)	0.07*** (0.00)	0.06*** (0.00)	10.36*** (0.00)	14.32*** (0.00)	0.04*** (0.00)	0.02** (0.02)	-0.02 (0.32)	-0.00 (0.29)	-0.00 (0.57)	0.02 (0.44)
Ålder (19-85)	0.00*** (0.00)	0.00*** (0.00)	0.00*** (0.00)	0.00*** (0.00)	-0.06** (0.03)	-0.03 (0.33)	-0.00*** (0.00)	0.00*** (0.01)	0.00 (0.28)	-0.00 (0.34)	0.00*** (0.00)	0.00 (0.75)
Intercept	0.10***	0.11***	-0.02*	0.01**	29.55***	34.48***	0.30***	0.21***	0.04***	0.01*	-0.01*	0.11***
N	3616	3706	3722	3722	2807	2975	3622	3706	3271	3191	2992	3450
R <sup>2</sup>	0.011	0.008	0.016	0.031	0.015	0.013	0.010	0.003	0.001	0.001	0.005	0.001

**Kommentar:** Resultaten baseras på regressionsanalyser (OLS). För de beroende variabler som är dikotoma (se tabell X) har resultaten från den linjära regressionen redovisats för att underlätta tolkning av resultaten. I samtliga modeller är experimentgrupp/kontrollgrupp den huvudsakliga oberoende variabeln där experimentgrupp används som referenskategori. Samtliga modeller kontrollerar för mode (0=papperssvar, 1=webbsvar) och ålder. Signifikansnivåer: \*p<0.05, \*\*p<0.01 \*\*\*p<0.001.

**Källa:** SOM-undersökningen i Göteborg 2016 och den västsvenska SOM-undersökningen 2016.

## Referenser

Arkhede, S., Oscarsson, H & Vernersdotter, F. (2017). Incentivizing the SOM-surveys: Estimating the effects on questionnaire response rates. *LORE methodological note 2017:1*, Göteborgs universitet.

Bové, K. (2016). Den västsvenska SOM-undersökningen 2015. I Bergström och Haring (red) *Hållbarhetens horisont*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.

Edwards, P. J., Roberts, I., Clarke, M. J., DiGiuseppi, C., Pratap, S., Wentz, R., & Kwan, I. (2002). Increasing response rates to postal questionnaires: Systematic review. *British Medical Journal*, vol 324:1183-95.

Krosnick, J. A. (1991). Response strategies for coping with the cognitive demands of attitude measures in surveys. *Applied Cognitive Psychology*, vol 5:213–36.

Markstedt, E (2014) *Representativitet och viktning - Riks-SOM som spegel av det svenska samhället 1986-2013*. Rapport 2012:30 v2. SOM-institutet, Göteborgs Universitet.

Medway, R. L. (2012). Beyond response rates: The effect of prepaid incentives on measurement error. Ph.D. dissertation, University of Maryland, College Park, MD.

Petrolia, D. R., & S. Bhattacharjee (2009). Revisiting incentive effects: Evidence from a random-sample mail survey on consumer preferences for fuel ethanol. *Public Opinion Quarterly*, vol 73:537–50.

Singer, E., & Ye, C. (2013). The use and effects of incentives in surveys. *Annals of the American Academy of Political and Social Sciences*, 645(1), 112-41.

Singer, E., & R. A. Kulka (2002). Paying respondents for survey participation, i *Studies of Welfare Populations: Data Collection and Research Issues*, red .M. Ver Ploeg, R. A. Moffitt, and C. F. Citro, 105–28. Washington, DC: National Academy Press.

Vernersdotter, F (2016). *Den nationella SOM-undersökningen 2015* i Ohlsson, Jonas; Oscarsson Henrik och Maria Solevid (red) Ekvilibrium. Göteborgs universitet: SOM-institutet.

## Appendix I. SMS-påminnelser i SOM-undersökningarna 2016

### Utskick 1: Nationella SOM-undersökningen

SMS1a: Hej! I dagarna får du en ny enkät med posten från oss på SOM-institutet, Göteborgs universitet. Du kan svara på den redan nu genom att följa länken [www.som.gu.se/svara](http://www.som.gu.se/svara). Logga in som []. Om du inte vill delta i undersökningen kan du svara NEJ på det här sms:et, men vi hoppas att du kan tänka dig att vara med. Tack!  
Henrik Ekengren Oscarsson

### Utskick 1: Väst och Göteborg

SMS1a: Hej! I dagarna får du en ny enkät med posten från oss på SOM-institutet, Göteborgs universitet. Du kan svara på den redan nu genom att följa länken [www.som.gu.se/svara](http://www.som.gu.se/svara). Logga in som []. Om du inte vill delta i undersökningen kan du svara NEJ på det här sms:et, men vi hoppas att du kan tänka dig att vara med. Tack!  
Henrik Ekengren Oscarsson

SMS1b [experimentgrupp]: Hej! I dagarna får du en ny enkät med posten från oss på SOM-institutet, Göteborgs universitet. Du kan svara på den redan nu genom att följa länken [www.som.gu.se/svara](http://www.som.gu.se/svara). Logga in som []. Vi hoppas att du kan tänka dig att delta. Tack! Henrik Ekengren Oscarsson

SMS1c: Hej! I dagarna får du en ny enkät med posten från oss på SOM-institutet, Göteborgs universitet. Du kan svara på den redan nu genom att följa länken [www.som.gu.se/svara](http://www.som.gu.se/svara). Logga in som []. Som tack för din medverkan får du en trisslott. Om du inte vill delta i undersökningen kan du svara NEJ på det här sms:et. Tack!  
Henrik Ekengren Oscarsson

### Utskick 2: Göteborg

SMS2a: Hej igen! Vi på SOM-institutet vill påminna om den enkät vi skickat ut till dig. Du kan svara på den direkt via länken [www.som.gu.se/svara](http://www.som.gu.se/svara). Logga in som []. Vill du inte delta i undersökningen kan du svara NEJ på det här sms:et, men vi hoppas att du kan tänka dig att vara med. Tack! Henrik Ekengren Oscarsson

SMS2c: Hej igen! Vi på SOM-institutet vill påminna om den enkät vi skickat ut till dig. Du kan svara på den direkt genom att följa länken [www.som.gu.se/svara](http://www.som.gu.se/svara). Logga in som []. Som tack för din medverkan får du en trisslott. Vill du inte delta kan du svara NEJ på det här sms:et. Tack! Henrik Ekengren Oscarsson

### Utskick 3: Göteborg

SMS3a: Hej igen! Årets SOM-undersökning börjar närma sig sitt slut, men du har fortfarande några veckor på dig. Du kan svara på den direkt via länken [www.som.gu.se/svara](http://www.som.gu.se/svara). Logga in som []. Vill du inte delta i undersökningen kan du svara NEJ på det här sms:et. Tack! Henrik Ekengren Oscarsson

SMS3c: Hej igen! Årets SOM-undersökning börjar närma sig sitt slut, men du har fortfarande några veckor på dig. Du kan svara på den direkt genom att följa länken [www.som.gu.se/svara](http://www.som.gu.se/svara). Logga in som []. Som tack för din medverkan får du en trisslott. Vill du inte delta kan du svara NEJ på det här sms:et. Tack! Henrik Ekengren Oscarsson

### Utskick 4: Göteborg

SMS4a: Hej! Vi på SOM-institutet ber om ursäkt för att vi tjarar om vår enkät. Undersökningen stänger 16 december. Fram till dess kan du skicka in dina svar på papper, eller genom att följa länken [www.som.gu.se/svara](http://www.som.gu.se/svara) (Logga in som []). Resultaten presenteras i april nästa år. Tack för ditt tålamod! Henrik Ekengren Oscarsson

SMS4a: Hej! Vi på SOM-institutet ber om ursäkt för att vi tjarar om vår enkät. Undersökningen stänger 16 december. Fram till dess kan du skicka in dina svar på papper, eller genom att följa länken [www.som.gu.se/svara](http://www.som.gu.se/svara) (Logga in som []). Som tack för din medverkan får du en trisslott. Resultaten presenteras i april nästa år. Tack för ditt tålamod! Henrik Ekengren Oscarsson

## Appendix II.

**Tabell X. Variabelöversikt, SOM-undersökningen i Göteborg, 2016**

Förklaring		Obs	Medel	Std.av.	Min	Max	Frågenummer
<i>Längd på fritextsvar (högre värden indikerar sämre svars kvalitet)</i>							
lenght_str	Antal tecken i fritextsvar	2 739	57.82	46.72	1	659	F9
<i>Svar i mittenkategori (högre värden indikerar sämre svars kvalitet)</i>							
middle_1	Andel items i mittenkategori, frågebatteri	3 286	0.23	0.19	0	1	F26
middle_tot	Andel mittenkategorisvar, hela enkäten	3 355	0.20	0.14	0	1	F18, F19, F24, F26
<i>Vet ej/Ingen uppfattning-svar (högre värden indikerar sämre svars kvalitet)</i>							
dk_1	Andel vet-ej-svar, frågebatteri	3 250	0.32	0.43	0	1	F27
dk_tot	Andel vet-ej-svar, hela enkäten	3 355	0.08	0.13	0	1	F7, F18, F19, F24, F27
<i>Item non-response (högre värden indikerar sämre svars kvalitet)</i>							
itemmisspct	Andel itemmissing i hela enkäten	3 369	2.31	6.27	0	86	F1-F46
itemmiss_1	Andel itemmissing, frågebatteri	3 369	0.04	0.20	0	1	F11
<i>Straight lining/icke-differentiering (högre värden indikerar sämre svars kvalitet)</i>							
straight_1		2 968	0.00	0.06	0	1	F11
straight_2		2 903	0.38	0.48	0	1	F23
straight_3	Frågebatteriet har besvarats helt utan variation (dummyvariabel)	2 953	0.01	0.12	0	1	F26
straight_4		3 144	0.02	0.13	0	1	F33
straight_5		2 605	0.02	0.12	0	1	F5

**Tabell X. Variabelöversikt, Den västsvenska SOM-undersökningen, 2016**

Förklaring		Obs	Medel	Std.av.	Min	Max	Frågenummer
<i>Längd på fritextsvar (högre värden indikerar sämre svars kvalitet)</i>							
lenght_str1	Antal tecken i fritextsvar	2 813	26.91	23.39	1	635	F10
lenght_str2	Antal tecken i fritextsvar	2 981	33.32	31.60	1	991	F9
<i>Svar i mittenkategori (högre värden indikerar sämre svars kvalitet)</i>							
middle_1	Andel items i mittenkategori, frågebatteri	3 628	0.26	0.20	0	1	F14
middle_tot	Andel mittenkategorisvar, hela enkäten	3 712	0.23	0.12	0	1	F14, F16, F17, F18, F23, F31, F43
<i>Vet ej/Ingen uppfattning-svar (högre värden indikerar sämre svars kvalitet)</i>							
dk_1	Andel vet-ej-svar, frågebatteri	3 622	0.16	0.22	0	1	F18
dk_tot	Andel vet-ej-svar, hela enkäten	3 712	0.15	0.15	0	1	F17, F18, F23, F31, F43
<i>Item non-response (högre värden indikerar sämre svars kvalitet)</i>							
itemmisspct	Andel itemmissing i hela enkäten	3 728	2.92	8.08	0	100	F1-F73
itemmiss_1	Andel itemmissing, frågebatteri	3 728	0.05	0.22	0	1	F45
<i>Straight lining/icke-differentiering (högre värden indikerar sämre svars kvalitet)</i>							
straight_1		3 277	0.05	0.23	0	1	F18
straight_2	Frågebatteriet har besvarats helt utan variation	3 197	0.00	0.05	0	1	F41
straight_3	(dummyvariabel)	2 998	0.00	0.08	0	1	F42
straight_4		3 456	0.12	0.32	0	1	F43

SOM-institutet vid Göteborgs universitet genomför årligen nationella och lokala frågeundersökningar och anordnar seminarier på temat Samhälle, Opinion och Medier.

SOM-institutet | Seminariegatan 1B | Box 710, 405 30 Göteborg  
031 786 3300 | [info@som.gu.se](mailto:info@som.gu.se) | [www.som.gu.se](http://www.som.gu.se)

