

DEN NATIONELLA SOM-UNDERSÖKNINGEN 2015

FRIDA VERNERSDOTTER

SOM-institutet vid Göteborgs universitet genomför varje höst sedan 1986 en nationell frågeundersökning i syfte att kartlägga den svenska allmänhetens vanor och attityder på temat Samhälle, Opinion och Medier. SOM-institutet drivs av Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) och Statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet.

Den nationella SOM-undersökningen 2015 är den senaste i raden av dessa undersökningar¹. Undersökningen skickas ut till ett obundet slumpmässigt urval av Sveriges befolkning. Data samlas primärt in via postala enkäter, men sedan undersökningens år 2012 ges respondenterna även möjligheten att svara digitalt via internet. Varje undersökning genomförs under så identiska förutsättningar som möjligt för att resultaten från de olika åren ska vara jämförbara.

Den nationella SOM-undersökningen genomförs i samverkan med forskare från olika discipliner främst inom samhällsvetenskap. I undersökningen deltar också externa parter, via särskilda forskningsprojekt; 2015 gäller det exempelvis Sveriges Television, Svenska institutet för europapolitisk forskning (SIEPS) och Energimyndigheten.

I föreliggande kapitel redovisas genomförandet av den nationella SOM-undersökningen 2015, den 30:e i ordningen. Det handlar om studiens upplägg, fältarbetets olika moment samt resultatens representativitet.

Undersökningens upplägg

Den nationella SOM-undersökningen genomförs i form av en postenkät med kompletterande webbalternativ som går ut till ett sannolikhetsurval av Sveriges befolkning. Populationen är befolkningens 16–85-åringar. Fältarbetet utförs av ett fristående undersökningsföretag² i nära samarbete med SOM-institutet som kontinuerligt utvärderar genomförandet. Undersökningen bestod av fem parallella enkäter med delvis gemensamt innehåll. Svaren samlades in från slutet av september 2015 till mars 2016. Undersökningsföretaget svarade för den tekniska delen av datainsamlingen så som tryck, distribution, telefonpåminnelser och skanning; SOM-institutet svarade för allt innehåll i utskick och enkäter.

Tabell 1 Den nationella SOM-undersökningens uppläggnig, 1986–2015

År	Urvalsmetod	Antal formulär	Genom- nittligt antal sidor med frågor	Total urvalsstorlek	Medborgarskap	Åldrar
1986	Systematiskt sannolikhetsurval	1	22	2 500	Både sv. & utl.	15–75 år
1987–1988	"	"	23	"	Endast sv.	"
1989	"	"	20	"	Både sv. & utl.	"
1990–1991	"	"	21	"	Endast sv.	"
1992–1995	"	"	22	2 800	Både sv. & utl.	15–80 år
1996	"	"	25	2 841 ¹	"	"
1997	"	"	23	2 800	"	"
1998	"	2	23	5 600	"	16–80 år ²
1999	"	"	23	"	"	15–80 år
2000–2005	"	"	22	6 000	"	15–85 år
2006	"	"	22	6 050 ³	"	"
2007–2008	"	"	22	6 000	"	"
2009–2011	"	3	20	9 000	"	16–85 år
2012	"	4	17	12 000	"	"
2013	"	5	17 ⁴	17 000	"	"
2014	"	4	16	13 600	"	"
2015	"	5	14	17 000	"	"

Kommentar: ¹Gruppen 15-åringar var av misstag inte inkluderade i det ursprungliga urvalet utan tillfördes i efterhand undersökningens första urval om 2 800 personer. ²Gruppen 15-åringar var av misstag inte inkluderade i urvalet. ³Det ursprungliga urvalet om 6 000 personer utökades med 50 personer ur spärregistret *NIX adressat*, felaktigt exkluderade ur det ursprungliga urvalet (se vidare Nilsson 2007). ⁴Genomsnittliga antalet sidor för de ordinarie utformade enkäterna. Det femte formuläret 2013 var endast 13 sidor långt.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 1986–2015.

Population och urval

Undersökningens population är 16–85-åringar boende i Sverige. Urvalsramen utgörs av Skatteverkets folkbokföringsregister och innefattar alla svenska och utländska medborgare som har sin primära adress i Sverige. Registret över alla som är folkbokförda i Sverige uppdateras kontinuerligt vilket innebär att täckningsfelet – det vill säga skillnaden mellan registret som urvalet är baserat på och populationen som vi gör anspråk på att undersöka – är minimalt.

2015 års undersökning utgjordes av fem parallella riksrepresentativa delundersökningar baserade på ett obundet slumpmässigt urval om sammanlagt 17 000 personer. Urvalet drogs den 5 september 2015 från Skatteverkets registertjänst Navet och levererades till undersökningsföretaget som i sin tur delade upp urvalet i fem randomiserade delurval om 3 400 personer.

Datainsamlingsmetod – mixed mode

Datainsamlingen för de fem delundersökningarna i den nationella SOM-undersökningen 2015 genomfördes parallellt enligt en gemensam fältplan. För fjärde året i rad användes en undersökningsdesign som kallas mixed mode. Mixed mode betyder att flera datainsamlingsmetoder används i en och samma frågeundersökning. I SOM-undersökningen samlades data primärt in via postenkäter, men respondenterna gavs även möjlighet att fylla i enkäten på internet. Webbenkäten introducerades i samband med den andra påminnelsen. Den digitala versionen av formulären administrerades av SOM-institutet, medan pappersenkäten administreras av undersökningsföretaget.

Det främsta skälet till att erbjuda ett webbalternativ i SOM-undersökningen är att locka personer som annars kanske inte skulle svara på enkäten att göra det. Det finns forskning som styrker den tesen, men den de flesta studier på ämnet är genomförda i en amerikansk kontext och är inte nödvändigtvis tillämpbara på SOM-undersökningen. Studier genomförda i Sverige visar att blandade datainsamlingsmetoder inte sänker svarsfrekvensen, men att det framför allt är effektivt för att spara resurser genom att styra om respondenterna från det dyrare pappersalternativet till det billigare webbalternativet (Holmberg et al. 2010; Hägglund 2015). Hur många som svarar på webben är beroende av när i processen de olika metoderna att svara på enkäten introduceras för respondenterna. Det finns forskning som visar att för många valmöjligheter av svarsmetod vid första kontakten kan försämra svarsfrekvensen (Millar & Dillman 2011; Gilljam et al. 2013). Därför har möjligheten att besvara enkäten via webben introducerats först i det andra enkätutskicket vid samtliga tillfällen som den nationella SOM-undersökningen har genomförts med webbalternativ.

Det var 496 personer, motsvarande 2,9 procent av bruttourvalet, som besvarade enkäten via internet 2015 vilket är en ungefär lika stor andel som 2014. Av samtliga som besvarade enkäten 2015 var det 6,0 procent som gjorde det via internet, att jämföras med 5,4 procent 2014.

Tabell 2 Andel som besvarade enkäten på internet, 2012–2015 (procent)

	Andel av urvalet	Andel av svarande	Antal websvar
2012	2,3	4,5	278
2013	3,7	7,5	634
2014	2,7	5,4	372
2015	2,9	6,0	496

Kommentar: SOM-undersökningen har genomförts med mixed mode sedan 2012.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2012–2015.

Att endast 6 procent av de som svarar på enkäten valde att göra det på internet beror på att vi introducerar möjligheten sent i datainsamlingsperioden. När koderna skickades ut första gången den 5 oktober 2015 hade 48 procent av alla som slutligen skulle komma att svara på enkäten redan gjort det. Experiment genomförda på den västsvenska SOM-undersökningen, vars design och förutsättningar är mycket lika den nationella, visar att möjligheten att besvara enkäten på webben inte påverkar den totala svarsfrekvensen, men att fördelningen mellan papper och web förskjuts om respondenterna ges möjlighet att svara via internet redan vid första kontakten (Hägglund, 2015).

Hur många som väljer att svara på webben skiljer inte nämnvärt mellan formulären. Andelen som svarade via internet för respektive delundersökning varierar mellan 5 (formulär 2) och 7 procent (formulär 1). Personerna som svarade via internet har en annan demografisk sammansättning än personerna som svarade på papper. I motsats till fördelningen i hela undersökningen var det fler män än kvinnor svarade på webben. Fördelningen bland de svarande på webben är 58 procent män och 42 procent kvinnor. Fördelningen i gruppen som svarade på papper är 47 procent män och 53 procent kvinnor. Det var också främst yngre personer som valde att svara på webben. Medelåldern bland de som svarade på webben är 38 år, att jämföras med 53 år bland de som svarade på papper. Jämför vi svaren mellan personerna som svarar på webben med motsvarande grupper som svarar på papper hittar vi inga skillnader i svarsmönster. Vi noterar däremot att personerna som svarar på webben tenderar att ha ett lägre internbortfall – obesvarade frågor – när vi jämför identiska frågor på papper och web (jfr. Barrios m.-fl. 2011; Dillman m.fl. 2009).

Frågeformulär

De fem formulären var i likhet med tidigare SOM-enkäter utformade som häften i A4-format. Årets formulär innehöll 13-15 sidor frågor. Formulär fem, som innehåll 13 sidor frågor, var ett helt uppslag kortare än de andra formulären i tryckt form. Undersökningens omfattning har ökat successivt sedan 1986. Intresset från samverkansprojekt har ökat och med det antalet frågor. Istället för att göra allt längre formulär har undersökningen delats upp på flera formulär i takt med att undersökningen har vuxit. I tabell 1 redovisas undersökningens omfattning sedan starten 1986.

De enskilda frågorna i SOM-undersökningen utarbetas av SOM-institutet i samarbete med de samverkande forskningsprojekten. Huvuddelen av frågorna har fasta svarsalternativ med rutor för respondenten att kryssa i. I några fall har respondenterna förväntats svara genom att skriva ett tal i en ruta; ytterligare några frågor var öppna och krävde ett kort svar i fritext (de rör bland annat vilken/vilka morgontidningar de läser, vilka samhällsproblem de tycker är viktigast i Sverige i dag och vilket yrke de har/har haft). Svaren på de öppna frågorna har kodats av en grupp kodare³ på SOM-institutet efter fördefinierade kodscheman med uttömmande och ömsesidigt uteslutande kategorier försedda med en unik

numerisk kod. Kodscheman finns tillgängliga i kodboken för 2015 års nationella SOM-undersökning⁴.

Ungefär en femtedel av frågorna i undersökningen ingick i samtliga fem formulär och kan därmed analyseras med femdubbla urvalsstorleken som grund; ett stort antal ingick därutöver i två eller fler formulär. Det rör sig dels om SOM-undersökningens grundfrågor om politik och medier samt en stor mängd livsstils- och bakgrundsfrågor, dels om frågor som syftar till att belysa frågeställningar som fordrar ett större urval av svarspersoner för statistiskt säkerställda analyser.

Alla enkäter börjar och slutar med samma frågor (tabell 3). Däremellan fylls formulären med delvis olika frågor. Formulären komponeras främst med hänsyn till hur svaren i slutändan ska analyseras och hur kognitivt krävande frågorna är att besvara. Ambitionen är att formulären ska hålla en jämn nivå. Trots att formulären inte är tematisk indelade utan behandlar en rad olika ämnen kan tyngdpunkten i formulär 1 sägas ligga på politik och samhälle; i formulär 2 på nyheter och medier; i formulär 3 på livsstil och hälsa; i formulär 4 på ekonomi och välfärd. Dispositionen av innehållet i formulären framgår av tabell 2. Formulären i sin helhet går att ladda ner från SOM-institutets hemsida⁴.

Det tar en knapp timme att fylla i en SOM-enkät. De synpunkter som framförs av respondenterna (på sista formulärsidan där särskilt utrymme ges, eller via andra vägar) och de tidsangivelser som registreras av webbverktyget indikerar dock stora variationer i ifyllandetid.

De fem formulären hade en digital motsvarighet⁵. Den digitala enkäten var tillgänglig via SOM-institutets hemsida, via en webadress som inkluderades i brevet och via en direktlänk som skickades ut via sms⁶. För att svara på frågorna var respondenterna tvungna att logga in på enkäten med hjälp av de bifogade inloggningsuppgifterna. Frågorna i webbenkäten utformades så långt möjligt på samma sätt som i pappersenkäten. Sidbrytningarna i den digitala versionen följde däremot inte pappersversionen utan anpassades efter storleken på en datorskärm. 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 således en kortare version av enkäten än de som svarade på papper.

Fältarbete

Fältarbetet för den nationella SOM-undersökningen 2015 följde i huvudsak upplägget av tidigare års undersökningar. Huvuddelen av datainsamlingsarbetet genomfördes under hösten 2015. Arbetet inleddes i mitten av september med ett aviseringskort som informerade respondenterna att de blivit slumpmässigt utvalda att delta i årets SOM-undersökning. En vecka senare skickades enkäten ut tillsammans med ett följebrev, en informationsbroschyr om SOM-institutets

Tabell 3 Innehållsöversikt för frågeformulären i den nationella SOM-undersökningen 2015

Formulär 1 (14 s.)	Formulär 2 (14 s.)	Formulär 3 (15 s.)	Formulär 4 (15 s.)	Formulär 5 (13 s.)
1–6 Nyheter & medier 7–22 Politik, samhälle & demokrati 23–27 Aktiviteter, intressen & värderingar 28–36 Sverige i världen 37–40 Medier 41–48 Arbetsliv 49–62 Bakgrund	1–7 Nyheter & medier 8–15 Politik, samhälle & demokrati 16–23 Tv & radio 24–29 Internet & digitala medier 30–35 Aktiviteter, intressen & värderingar 36–39 Böcker & bibliotek 40–43 Boende 44–50 Arbetsliv 51–60 Bakgrund	1–6 Nyheter & medier 7–14 Politik, samhälle & demokrati 15–20 Konsumtion & återvinning 21–24 Invandring & integration 25–28 Aktiviteter & intressen 29–36 Hälsa & relationer 37–38 Aktuella samhällsfrågor 39–41 Forskning & samhälle 42–46 Alkohol & tobak 47–56 Arbetsliv 57–70 Bakgrund	1–6 Nyheter & medier 7–14 Politik & demokrati 15–19 Offentlig service 20–27 Lokala medier & Internet 28–34 Samhällsfrågor 35–39 Aktiviteter, intressen & värderingar 40–52 Arbetsliv 53–69 Bakgrund	1–6 Nyheter & medier 7–18 Politik, samhälle & demokrati 19–28 Aktiviteter, intressen & värderingar 29–33 TV, radio & internet 34–41 Energi & miljö 42–49 Arbetsliv 50–62 Bakgrund

Kommentar: Antalet sidor angivna inom parentes avser antalet sidor med frågor.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015.

verksamhet samt en penna. Under resterande del av fältperioden genomfördes en serie påminnelseinsatser per brev, telefonsamtal och sms – sammanlagt åtta insatser. Det är dock mycket få personer, 3 procent av urvalet, som får åtta påminnelser. De flesta får bara tre påminnelser.

Tabell 4 Fältarbetets moment i den nationella SOM-undersökningen 2015

11 sept 2015	Utskick av aviseringsvykort
18 sept	Utskick av enkät, följebrev, informationsbroschyr, svarskuvert och penna (B-post). Försändelsen nådde ut till respondenterna onsdagen den 29 sept.
28 sept	Utskick av tack-/påminnelsevykort
5 okt	Utskick av enkät, följebrev, informationsbroschyr och svarskuvert till intervju-personer som ännu inte sänt in enkäten, introduktion av möjligheten att svara via webben
15 okt–15 nov	Telefonpåminnelse till svarspersoner som ej sänt in enkäten (med uppföljningsbrev med ny enkät till de som saknar och postal bekräftelse till övriga som sagt att de vill delta)...
alt. 27 okt	...postal påminnelse till personer utan känt telefonnummer
16 nov	postal påminnelse till personer som ej kunnat nås per telefon
17 nov	SMS-påminnelse med inloggningsuppgifter till webbenkäten till alla som ännu ej besvarat enkäten
24 nov–7 dec	Telefonpåminnelse motsvarande 16 okt–16 nov inklusive motsvarande postala komplement
21 dec	Utskick av enkät, följebrev och svarskuvert till alla som sagt per telefon att de vill delta
7 jan 2015	Utskick av enkät, följebrev, svarskuvert samt "bortfallsenkät" – med frågan om varför man inte önskar/kan delta – till samtliga
alt. 18 jan	Utskick av enkät, följebrev, svarskuvert samt "bortfallsenkät" till samtliga som inte hörts av per telefon under fältarbetets gång

Kommentar: Under den första telefonpåminnelseperioden skickades uppföljningsbrev till de som svarat att de vill delta i undersökningen ut en gång i veckan. Det betyder att en person som bett om en ny enkät på telefon fick vänta i högst åtta dagar på uppföljning.

I samband med det andra enkätutskicket introducerades möjligheten att besvara enkäten via internet. Inloggningsuppgifter och länk till webbenkäten inkluderades i samtliga utskick efter introduktionen den 5 oktober.

Telefonpåminnelserna genomfördes i två omgångar. Den första påminnelseperioden var fyra och en halv veckor lång och den andra var två veckor lång. Alla respondenter med känt hem- eller mobiltelefonnummer, som inte ännu hade svarat på enkäten eller meddelat att de inte vill delta, blev uppringda av ett telefonundersökningsföretag⁷. Telefonföretaget ringde upp respondenterna från ett nummer registrerat på SOM-institutet vilket gjorde att personer med smartphones

med appar kopplade till telefonkatalogen fick upp SOM-institutet på displayen när telefonföretaget ringde. Övriga med nummerpresentation kunde se att numret var knutet till SOM-institutet via en sökning på internet.

Det gjordes tio kontaktförsök per svarsperson i varje telefonpåminnelseomgång. 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. Om respondenten inte ville delta i undersökningen registreras orsaken därtill, i den mån respondenten ville uppge orsak, enligt ett fördefinierat kodschema och personen avfördes från den del av urvalet som fortsatte kontaktas i hopp om att få svar på enkäten. Personer som var tveksamma till att delta i undersökningen placerades i en tredje kategori som varken fick en postal uppföljning eller ströks från det aktiva urvalet. Dessa personer kontaktades endast en ytterligare gång. Det skedde under den andra telefonpåminnelseomgången då de placerades in i en av de två föregående kategorierna. Respondenter över 18 år måste tacka nej till att delta i undersökningen personligen, respondenter under 18 år kan avföras från det aktiva urvalet på förälders begäran. Personer som är fysiskt eller mentalt oförmögna att svara, bortresta på längre tid, utflyttade, avlidna eller inte talar svenska kan också avföras från det aktiva urvalet på begäran av tredje person. Om telefonundersökningsföretaget inte hade fått tag i svarspersonen efter de tio kontaktförsöken följde personen automatiskt med in i nästa telefonpåminnelseomgång då tio nya kontaktförsök gjordes.

SMS-påminnelser till alla med känt mobiltelefonnummer som ännu inte hade svarat på enkäten eller meddelat att de inte ville delta, skickades ut mellan de två telefonpåminnelseomgångarna. Personer som blivit kontaktade under den sista veckan av den första telefonpåminnelseinsatsen exkluderades från denna påminnelse för att undvika för täta kontakter. Ett artificiellt telefonnummer⁸ upprättades för att respondenterna skulle kunna svara på SMS:et. SMS-utskicken administrerades av SOM-institutet. SMS-texten innehöll, utöver svarspersonens unika inloggningsuppgifter och en länk till webbenkäten, en instruktion om att svara ”Ja” på meddelandet om personen ville ha en ny papperenkät skickad till sin adress eller ”Nej” om personen inte önskade delta i undersökningen.

Två veckor efter den andra telefonpåminnelseomgången med tillhörande postal uppföljning skickades en ny påminnelse ut till alla som inte svarat eller meddelat att de inte ville delta i undersökningen. Denna påminnelse nådde fram i mellandagarna. Efter juledigheterna skickades ytterligare en påminnelse ut tillsammans med en så kallad bortfallsenkät i vilken vi bad respondenten svara på tre frågor om varför de inte vill delta i undersökningen. Ett sista brev skickades ut i slutet av januari, också detta tillsammans med en bortfallsenkät. Samtliga utskick till respondenterna från SOM-institutet innehåller kontaktuppgifter till avsändaren och information om att undersökningen är frivillig.

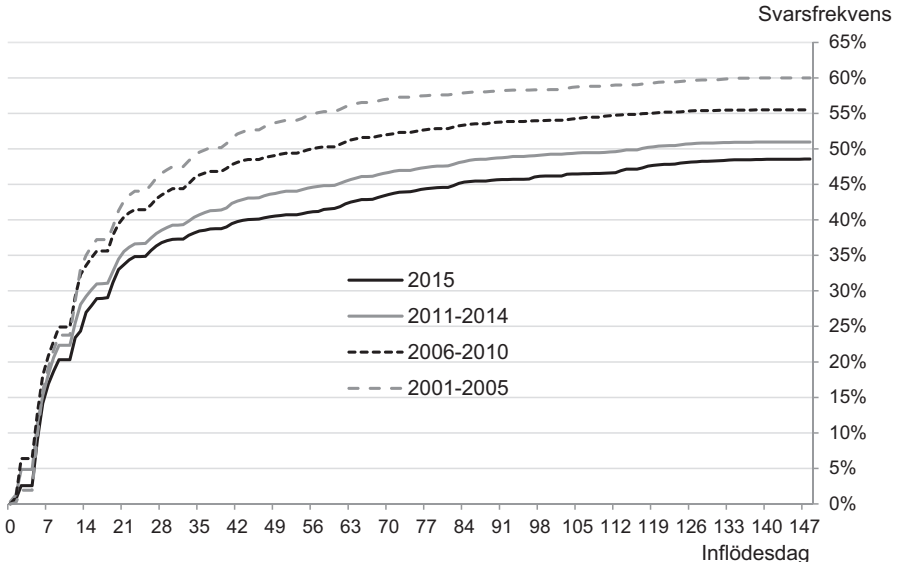
Fältarbetet avslutades 27 januari när fältföretaget gjorde en slutskanning av inkomna enkäter och sammanställde en datafil som skickades till SOM-institutet

för validering. Enkäter som kom in efter slutskanningen registrerades för hand av SOM-institutet. Den allra sista enkäten inkom den 24 mars och markerar därmed det formella slutet på datainsamlingsperioden. Vid datavalideringsprocessens slut avidentifierades enkäterna och alla personuppgifter raderades. Av tabell 4 framgår i detalj tidsramarna för fältarbetet och dess olika insatser.

Inflöde

De flesta respondenter som väljer att delta i undersökningen skickar tillbaka enkäten redan inom några veckor. Det generella inflödesmönstret med högt inflöde de första veckorna i samband med de första påminnelserna upprepar sig 2015 (figur 1). De första dagarnas ojämna inflöde mellan åren i figur 1 bottnar framför allt i vilken veckodag enkäten når ut i förhållande till helgens postfria dagar. Sedan 2006 har enkäten nått ut på en onsdag varmed resultaten ska vara fullt jämförbara. Längre in i fältarbetet kan påminnelseinsatserna däremot fortfarande ligga lite olika i tid och därmed påverka hur nivåerna förhåller sig till varandra.

Figur 1 Kumulativt inflöde av enkäter i den nationella SOM-undersökningen formulär 2015 relativt ett genomsnitt för 2001–2005, 2006–2010 respektive 2011–2014 års undersökningar (kumulativ procent av bruttourvalet)



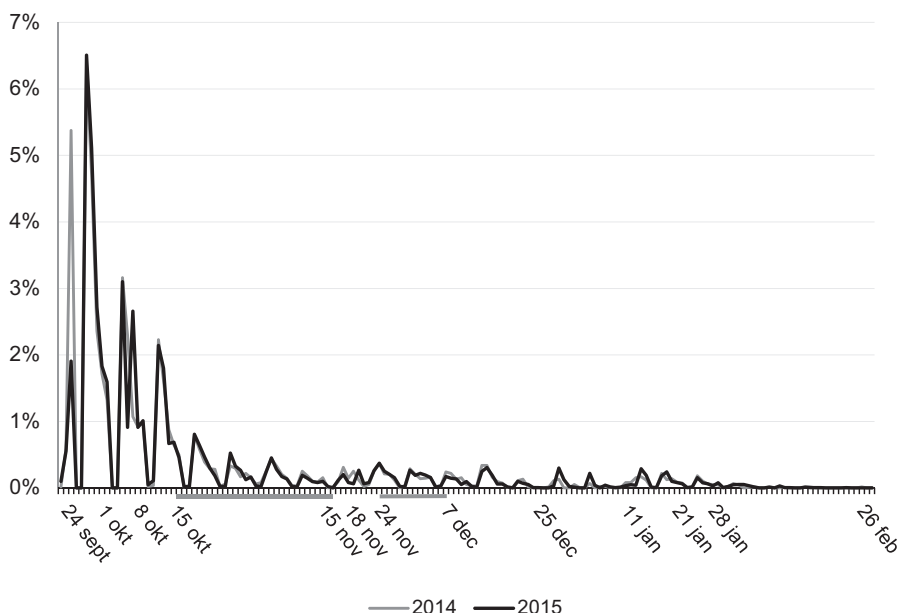
Kommentar: Inflödet redovisas med utgångspunkt i 2015 års fältperiod i relation till jämförbara fältdagar för övriga års undersökningar. Formulär 5 2013 är exkluderad från jämförelsen eftersom dess utformning och därmed inflödeskurva avvek från de med tidigare år helt jämförbara formulär.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2005–2015.

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), så även 2015.

Den första enkätförsändelsen skickades ut fredagen den 18 september med B-post, med planerad utdelning onsdagen den 23 september. De första ifyllda enkäterna brukar komma in torsdagen därpå, men de senaste åren har postens utdelningstid av B-post varierat så mycket att det inte längre går att räkna med att den första enkäten når respondenterna på den planerade utdelningsdagen. De allra flesta verkar dock ha fått det första utskicket på den planerade utdelningsdagen i årets undersökning. Inflödet var fortsatt starkt fram till måndagen veckan efter då det i likhet med tidigare år nådde sin topp i antal inkomna enkäter på samma dag.

Figur 2 *Dagligt inflöde av enkäter i den nationella SOM-undersökningen 2015 i jämförelse med 2014 (procent av totalt inflöde)*



Kommentar: Inflödet redovisas med utgångspunkt i 2015 års fältperiod i relation till jämförbara fält dagar för 2014 års undersökning. Datumen motsvarar påminnelsernas utskicksdag och de grå strecken längs x-axeln motsvarar de två telefonpåminnelseomgångarna.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2014–2015.

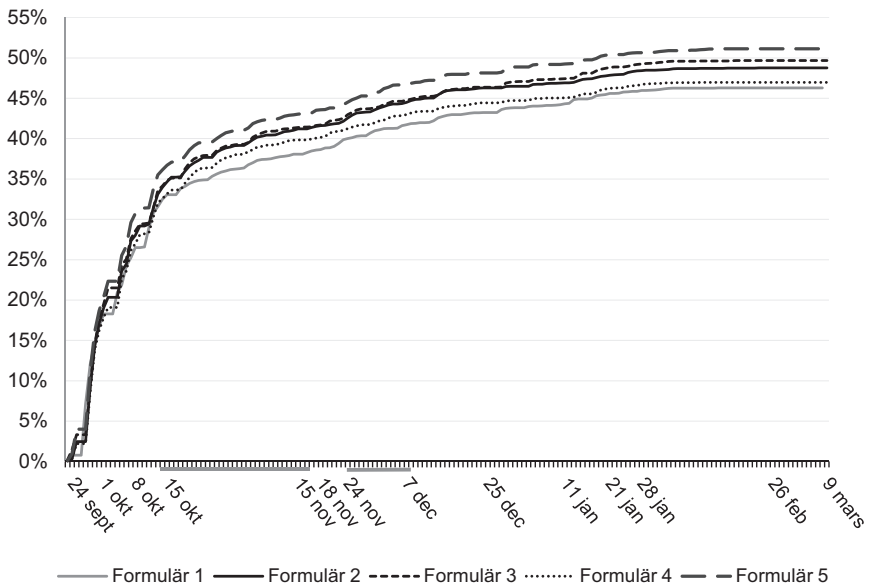
Inflödesmönstret är detsamma 2015 som tidigare år, men inflödet är svagare än tidigare år. När möjligheten att besvara enkäten på internet introducerades i det andra enkätutskicket, den 5 oktober hade 23 procent av bruttourvalet, motsvarande 48 procent av de som skulle komma att besvara enkäten innan fältarbetet

avslutades, redan valt att svara på papper. Det är 8 procentenheter färre än motsvarande dag 2014.

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. 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, men mindre påtagligt i samband med efterföljande påminnelse för att sedan ta fart igen i slutet av de båda telefonpåminnelseomgångarna. De tre insatser som omdirigerade flest respondenter till webben var introduktionen av webbenkäten, SMS-påminnelsen med länk och koder (som sammanföll med avslutningen av telefonpåminnelseomgång ett) och avslutningen av telefonpåminnelseomgång två.

Vid inflödesdag 30, alltså en månad in i fältarbetet, hade 77 procent av de som slutligen ska komma att fylla i enkäten ha svarat. I slutet av november, vid inflödesdag 60, hade 86 procent svarat och en vecka före årsskiftet, vid inflödesdag 90, hade 98 procent av de som slutligen skulle komma att delta i undersökningen besvarat enkäten. Därefter fortsatte inflödet svagt men stadigt ända in i mars 2015, motsvarande de sista 2 procentenheter.

Figur 3 Dagligt inflöde 2015 efter formulär 1, 2, 3, 4 och 5 (kumulativ procent av bruttourvalet)



Kommentar: Inflödet redovisas med utgångspunkt i 2015 års fältperiod i relation till jämförbara fält dagar för 2014 års undersökning. Datumen motsvarar påminnelsernas utskicksdag och de grå strecken längs x-axeln motsvarar de två telefonpåminnelseomgångarna.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015.

Inflödet för respektive delundersökning följer i huvudsak samma mönster under fältperioden, men etablerar sig tidigt på olika nivåer (figur 3). De fem formulären har en bruttosvarsfrekvens, det vill säga andelen inkomna enkäter av det totala antalet utskickade, som varierar mellan 47 procent (formulär 4) och 51 procent (det något kortare formulär 5). När datainsamlingsperioden avslutades den 24 mars var den samlade bruttosvarsfrekvensen för de fem delundersökningarna 49 procent.

Tabell 5 Svarsfrekvens i de nationella SOM-undersökningarna 1986–2015 (antal och procent)

	Antal svarande	Bruttoresultat; svarsfrekvens av hela urvalet urvalet (procent)	Nettoresultat: svarsfrekvens med hänsyn till naturligt bortfall (procent)	Undersöknings- företag ansvarigt för fältarbetet
1986	1 624	65	68	SCB
1987	1 672	67	70	SOM-institutet
1988	1 643	66	69	SCB
1989	1 578	63	66	IMU-Testologen
1990	1 582	63	66	IMU-Testologen
1991	1 573	63	67	IMU-Testologen
1992	1 889	67	71	Sifo
1993	1 857	66	70	Sifo
1994	1 704	61	67	Gallup
1995	1 777	63	65	Temo
1996	1 779	63	69	Gallup
1997	1 754	63	69	Gallup
1998	3 561	64	68	Sifo
1999	3 503	63	67	Kinnmark
2000	3 546	59	63	Kinnmark
2001	3 638	61	67	Kinnmark
2002	3 609	60	65	Kinnmark
2003	3 675	61	66	Kinnmark
2004	3 612	60	65	Kinnmark
2005	3 499	58	63	Kinnmark
2006	3 336	55	60	ScandInfo
2007	3 435	57	63	Kinnmark
2008	3 259	54	58	Kinnmark
2009	4 926	55	59	PFM Research
2010	5 007	56	60	Kinnmark
2011	4 720	52	57	Kinnmark
2012	6 298	52	57	Kinnmark
2013	8 406	49	53	Kinnmark
2014	6 876	51	54	Kinnmark
2015	8 261	49	51	Kinnmark

Kommentar: Med nettourval avses bruttourval minus naturligt bortfall. Som naturligt bortfall räknas: adress okänd, avflyttad; bortrest på längre tid; studier/militärtjänstgöring på annan ort; boende/studier/arbete utomlands; sjuk, institutionsvård, förståndshandikapp; avliden; ej svensktalande.

Svarsfrekvens

Från bruttourvalet definierar vi bort personer som är fysiskt eller mentalt oförmögna att svara på enkäten, personer som är avlidna, bortresta under större delen av fältperioden, emigrerade, har språksvårigheter eller inte alls talar svenska. Dessa räknas bort som så kallat naturligt bortfall. Därmed erhåller vi undersökningens nettourval vilket ligger till grund för redovisningar av undersökningars svarsfrekvens. Svarsfrekvensen för den nationella SOM-undersökningen 2015 är 51 procent.

Av det ursprungliga urvalet på totalt 17 000 personer (bruttourvalet) var det 8 261 personer som besvarade och skickade in formuläret. Sammanlagt 907 personer, motsvarande 5,3 procent, har räknats bort som naturligt bortfall. Det naturliga bortfallet lyfter bruttosvarsfrekvensen på 48,6 procent för hela undersökningen till nettoresultatet 51,3 procent. Antalet personer som svarat på respektive formulär anternativt registrerats som naturligt bortfall varierar något mellan delurvalen. Formulär 1 har en svarsfrekvens på 48,9, formulär 2 på 51,4, formulär 3 på 52,6 procent, formulär 4 på 49,9 procent och formulär 5 på 53,9 procent (tabell 6). Det kortare formulär fem har den högsta svarfrekvensen.

Tabell 6 Svarande och bortfall i den nationella SOM-undersökningen 2015

	Totalt	Formulär 1	Formulär 2	Formulär 3	Formulär 4	Formulär 5
Bruttourval	17 000	3 400	3 400	3 400	3 400	3 400
Naturligt bortfall	907	181	172	187	194	172
Nettourval	16 093	3 219	3 228	3 213	3 206	3 228
Antal vägrare/ej antråffade	7 832	1 648	1 571	1 528	1 610	1 489
Antal svarande	8 261	1 571	1 657	1 685	1 596	1 739
Svarsfrekvens Brutto	49%	46%	49%	50%	47%	51%
Svarsfrekvens Netto	51%	49%	51%	53%	50%	54%

Kommentar: Med nettourval avses bruttourval minus naturligt bortfall. Som naturligt bortfall räknas: adress okänd, avflyttad; bortrest på längre tid; studier/militärtjänstgöring på annan ort; boende/studier/arbete utomlands; sjuk, institutionsvård, förståndshandikapp; avlidna; ej svensktalande.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015.

För samhällsvetenskapliga postenkäter i Sverige har svarsfrekvensen tidigare brukat ligga på mellan 60 och 70 procent, men under senare år har det blivit allt svårare att nå dessa nivåer. SOM-undersökningarna har generellt uppvisat ett mycket gott resultat för den här typen av längre enkäter, med en genomsnittlig svarsfrekvens för alla de genomförda undersökningarna 1986–2014 på 64 procent. Svarsfrekvensen har sjunkit i jämn takt med en knapp procentenhet per år sedan början på

Tabell 7 Svansandelen (netto) i olika grupper, de nationella SOM-undersökningarna, 2000–2015 (procent)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	2014	2015	F1	F2	F3	F4	F5
Samtliga	67	65	66	65	63	60	63	58	59	60	57	57	52	54	51	49	51	53	50	54
Kön																				
Kvinnor	68	69	68	67	65	64	66	62	61	64	60	58	54	56	54	51	54	55	53	57
Män	66	62	64	63	61	57	60	55	56	57	54	55	49	51	49	47	48	51	47	51
Ålder																				
15–19 år ¹	56	61	60	55	56	49	53	46												
16–19 år									48	50	46	42	39	38	37	34	39	34	38	39
20–24 år	57	61	57	55	53	43	49	41	43	42	36	38	32	31	29	28	28	31	30	30
25–29 år	59	60	63	57	54	50	51	44	44	42	41	42	36	37	35	31	34	38	35	37
30–39 år	62	57	60	59	57	54	54	51	50	48	47	43	41	43	40	37	37	44	40	42
40–49 år	67	64	63	61	58	59	59	54	55	58	54	53	49	49	47	45	50	47	45	48
50–59 år	76	69	71	69	69	67	68	65	66	67	63	63	57	59	56	55	56	55	55	58
60–69 år	76	76	79	78	73	73	78	75	74	76	74	74	69	71	69	66	69	70	67	71
70–79 år	74	71	75	79	75	71	75	76	73	81	77	77	72	76	74	73	74	74	74	77
80–85 år	67	66	62	65	64	67	71	65	70	76	73	70	63	65	71	66	76	71	65	77
60–75 år ²																				
76–80 år ²																				
Region																				
Stockholm	64	60	61	61	57	56	56	53	57	55	52	52	50	51	47	46	45	48	46	50
Östra Mellansverige	68	64	66	65	66	63	68	60	58	60	58	55	53	54	51	51	49	53	49	52
Småland med öar	73	68	66	70	67	62	62	61	62	66	59	60	52	58	53	51	57	51	47	55
Sydsverige	62	69	67	64	61	58	62	55	58	57	56	57	50	50	52	46	54	52	53	53
Västsverige	66	65	69	67	62	60	66	60	60	62	58	59	54	56	55	52	54	57	54	60
Norra Mellansverige	69	67	69	61	64	62	61	63	58	63	59	58	52	53	50	44	52	50	47	57
Mellersta Norrland	73	69	63	69	67	60	63	57	59	63	63	62	57	58	55	54	55	51	54	59
Övre Norrland	72	67	68	71	64	64	63	65	61	65	58	60	51	53	52	53	53	57	51	47

Kommentar: Resultaten baseras på registerdata från Skatteverkets registerfjänst Navet. ¹15-åringarna ingår inte i SOM-undersökningarna fr.o.m. 2009 (liksom inte heller 1998) varmed resultaten inte är helt jämförbara beträffande yngsta åldersgruppen. ²Gruppen 81–85-åringar inkluderades i och med SOM-undersökningen 2000, varmed åldersindelningen i svarsandelsanalyserna av personer över 60 år. *Endast formulär 1–4.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2000–2015.

1990-talet och årets undersökning följde det förväntade mönstret med en lägre svarsfrekvens än tidigare år.

Av tabell 7 framgår hur svarsbenägenheten i de nationella SOM-undersökningarna varierar med kön, ålder och geografisk hemvist över tid. I likhet med erfarenheterna från tidigare års SOM-undersökningar svarar kvinnor som grupp i större utsträckning än män. 54 procent av kvinnorna och 49 procent av männen svarade på SOM-undersökningen 2015. För femton år sedan fanns det inga skillnader i svarsfrekvens mellan kvinnor och män, men vid millennieskiftet började mäns svarsvilja sjunka snabbare än kvinnors vilket resulterade i en accelererande lägre svarsfrekvens bland män än bland kvinnor under några år. De senaste fem åren har kvinnors svarsvilja dock minskat snabbare än mäns vilket har gjort att skillnaden slutat att växa. Den genomsnittliga skillnaden i svarsfrekvens sedan millennieskiftet är fem procentenheter vilket också är differensen i årets undersökning. Skillnaden mellan kvinnor och mäns svarsfrekvens i de fem formulären varierar mellan två och tio procentenheter.

De största skillnaderna i svarsvilja finner vi mellan olika åldersgrupper. Det mönster som vi också känner igen sedan tidigare år är att yngre personer svarar i mindre utsträckning än äldre. Den åldersgrupp som är mest benägen att fylla i enkäten är 70–79-åringar med en svarsfrekvens på 74 procent. Minst villiga att svara på enkäten är 20–24-åringar med 29 procents svarsfrekvens. Det har alltid funnits en tendens till olika svarsfrekvens bland äldre och yngre, men skillnaderna var till en början små. Det skiljer 45 procentenheter mellan den mest och minst svarsvilliga åldersgruppen i årets undersökning. För fem år sedan var skillnaden 39 procentenheter, för tio år sedan 22 och för femton år sedan var den 19 procentenheter mellan den mest och minst svarsvilliga åldersgruppen.

Skiljelinjen mellan att svara i mindre respektive större utsträckning än genomsnittet återfinns i 50-årsåldern, där den har legat sedan slutet av 1990-talet. De äldsta åldersgrupperna (60–85 år) har svarsfrekvenser mellan 69 och 74 procent i årets undersökning. Dessa åldersgrupper haft en stabilt hög svarsfrekvens sedan undersökningens start. Det är åldersgrupperna under 60 år som har blivit allt mindre benägna att svara för varje år de senaste tio åren; 50–59-åringarna i mindre grad än de yngre åldersgrupperna. Om vi ser till svarsfrekvens över tid i generationer istället för åldersgrupper ser vi att svarsviljan bland 50-talister och äldre inte bara varit stabilt hög över tid utan till och med ökat något sedan 90-talet. 60-talister och yngre har däremot svarat i allt lägre utsträckning sedan början på 90-talet där varje ny generations fallande kurva är brantare än den förra. Det ser alltså inte ut som att vi kan förvänta oss att de yngre generationerna kommer att upprätthålla de höga svarsfrekvenserna de kommer upp i åldrarna.

Bryter vi upp svarsfrekvensen på både kön och ålder noterar vi att det är stora skillnader mellan kvinnor och män i olika åldersgrupper. Kvinnor svarar i större utsträckning än män i alla åldrar fram till 70-årsåldern då förhållandet är det motsatta. Mest anmärkningsvärt skillnaden i den yngsta åldersgruppen (16–19-åringar)

där 42 procent av kvinnorna har svarat på enkäten men endast 31 procent av männen. Som referens kan nämnas att den näst största könsskillnaden finns i åldersgruppen 50–59-åringar där 60 procent av kvinnorna har svarat och 52 procent av männen.

De regionala skillnaderna i svarsbenägenhet är små. Boende i Stockholm har i likhet med tidigare år lägst svarsfrekvens, 47 procent. Som störst är svarsbenägenheten i Västsverige och mellersta Norrland, 55 procent. Svardsdifferensen mellan den region som svarat i störst respektive minst utsträckning är 8 procentenheter. Inom varje delundersökning varierar svardsdifferensen med 9–13 procentenheter beroende på boendeområde. Det är formulär 5 som sticker ut med stor regional variation. Den region med lägst svarsfrekvens har bara 96 personer i urvalet vilket gör att skillnaden inte är statistiskt säkerställd.

Kontaktgrad

Den mest grundläggande förutsättningen för att få svar på enkäten är att våra utskick når fram till respondenterna. Undersökningsåret 2015 hade SOM-institutet kontakt med 70,4 procent av respondenterna. Kontaktgraden 2010 var 81,5 procent och har sjunkit stadigt varje år sedan dess (tabell 8). Notera att vi med kontaktgrad avser andelen respondenter som vi har haft bekräftad kontakt med. SOM-institutet använder sig av flera kontaktvägar under fältarbetets gång. Påminnelser genomförs via brev, via telefonsamtal till fasta och mobila telefoner och via sms till mobiltelefoner. Kontakt kan även initieras av respondenten genom de kontaktuppgifter till SOM-institutet och fältföretaget som inkluderas i alla utskick. Respondenter som vi inte haft bekräftad kontakt med kan alltså ha mottagit och öppnat brevet och valt att inte svara på enkäten utan att informera SOM-institutet. Kontaktgraden i tabell 8 är således en indikator på kontaktsvårigheter och ointresse.

Tabell 8 Bekräftad kontakt, 2010–2015 (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

Kommentar: Kategorin kontakt innefattar alla som SOM-institutet har haft bekräftad kontakt med, dvs 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 2010–2015.

Det är de yngre svarspersonerna som är svårast att få kontakt med, vilket delvis förklarar de sjunkande svarsfrekvenserna i dessa grupper. Skiljelinjen mellan högre och lägre kontaktgrad går vid ungefär 40 års ålder. Alla åldergrupper under 40 år har en kontaktgrad under 60 procent. Allra lägst är kontaktgraden bland 25–29-åringarna med endast 55 procent, att jämföras med 93 procent bland 76–85-åringar.

När vi studerar kontaktvägarna med respondenter i olika åldergrupper kan vi konstatera att kontaktvägarna och kontaktmöjligheterna varierar med ålder (tabell 9). Andelen med både okänd adress och okänt telefonnummer är högst bland de yngre respondenterna. I åldersgruppen 20–29-åringar är det 4 procent som vi inte överhuvudtaget får kontakt med. Det motsvarar 122 personer i nämnda åldersgrupp och 303 personer i hela urvalet. Bland personer under 40 år är det en knapp tredjedel som vi saknar telefonnummer till och såldes inte har möjlighet att ringa och påminna om att svara på enkäten. Läger vi till andelen som vi har telefonnummer till, men som inte svarar i telefon när vi ringer är det runt 40 procent av respondenterna under 40 år som vi aldrig har någon personlig kontakt med. Andelen personer utan telefonkontakt minskar med åldern från 40-årsåldern och i den äldsta åldergruppen (76–85-åringar) är det endast åtta procent som vi inte har någon personlig kontakt med.

Tabell 9 Kontaktmönster i olika åldergrupper i den nationella SOM-undersökningen, 2015 (procent)

	Ålder								Totalt 2015	Totalt 2014
	16–19	20–24	25–29	30–39	40–49	50–59	60–75	76–85		
Ej kontakt:										
Okänd adress, okänt nummer/ inget svar på telefon	2	4	4	2	1	1	1	1	2	2
Känd adress, okänt nummer	32	27	28	29	21	16	8	5	19	18
Känd adress, känt nr men inget svar på telefon	9	12	14	12	11	8	4	2	8	8
Kontakt:										
Bortfall/vägran (inkl. de som hävdar att de redan skickat in)	13	20	14	11	14	15	15	24	15	13
Svarsvillig (sagt att de har/vill ha ett nytt formulär att fylla i)	9	10	8	8	8	6	4	5	7	8
Enkät ifyllt och inskickad	35	27	32	38	45	54	68	63	49	51
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Ej kontakt	43	43	45	43	33	26	13	8	30	29
Kontakt	57	57	55	57	67	74	87	92	70	71
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal personer	868	1 431	1 506	2 666	2 853	2 630	3 860	1 186	17 000	13 600

Kommentar: 22 personer med okänd adress men telefonkontakt har exkluderats från tabellen eftersom de är så få.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015.

Representativitet

SOM-undersökningens urval av personer utgör ett slags Sverige i miniatyr vilket betyder att sammansättningen av svarspersoner ska spegla sammansättningen i befolkningen. Urvalet om 17 000 personer, som är hämtat från Skatteverkets registertjänst Navet, representerar befolkningen väl. Det gör också vart och ett av delurvalen efter randomiseringen av urvalet i fem grupper.

Naturligt bortfall och svarsvägran riskerar att leda till avvikelser från representativiteten mellan population och urval, vilket måste tas i beaktande när materialet analyseras. 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 reliabilitet genom att vikta resultaten för kön, ålder och geografisk hemvist och jämföra svaren i den viktade och oviktade gruppen. Markstedt (2014) visar att reliabiliteten 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 reliabilitet i vissa typer av frågor.

Svarsgruppens sammansättning

För att kontrollera hur väl svarsgruppen speglar befolkningen jämförs fördelningen i de registervariabler som Skatteverket tillhandahåller i urvalet och svargruppen 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. I tabell 10–13 redovisas bruttourvalet, nettourvalet och svarsgruppens representativitet i fråga om kön, ålder, geografisk hemvist, civilstånd och medborgarskap relativt befolkningen. Alla jämförelser avser den del av befolkningen som urvalet representerar, det vill säga Sveriges befolkning i åldrarna 16 till 85 år⁹.

Det finns inga nämnvärda skillnader i skillnader i den geografiska sammansättningen av svarspersoner jämfört med befolkningen. Fördelningen mellan kvinnor och män är 50-50 i befolkningen och urvalet, men 53-47 bland de svarande i SOM-undersökningen (tabell 10). Könsfördelningen varierar något mellan delundersökningarna. I de delundersökningar som hade en övervikt av kvinnor i urvalet har skevheten förstärkts bland de svarande. I delurval 3 däremot där förhållandet var det motsatta, alltså fler män än kvinnor i urvalet, har skevheten bland de svarande försvunnit. Svarsgruppen i formulär 3 har samma könsfördelning som befolkningen.

De största skevheterna i representativitet hittar vi i åldersfördelningen bland svars-personer jämfört med befolkningen vilket är en direkt spegling av svarsfrekvensen i de olika åldersgrupperna. Åldersrepresentativiteten ibland 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 11 procentenheter (tabell 11). Skevheten i åldersfördelningen är större bland män än kvinnor. I figur 4 redovisas procentavvikelsen i svargruppen i förhållande till befolkningen bland kvinnor och män från 16 till 85 års ålder. Ju närmare nollstrecket kurvan löper sig desto bättre är representativiteten. Figuren visar att personer under 40 är underrepresenterade och över 55 är överrepresenterade och att män är det i högre grad än kvinnor.

Tabell 10 Könsfördelning bland svarande och i urvalen jämfört med svenska befolkningen, 2015 (procent)

	Befolkningsunderlag	Kvinnor	Män	Summa
	Befolkningen	50	50	100
Formulär 1–5	Bruttourval	50	50	100
	Nettourval	50	50	100
	Svarande totalt	53	47	100
<i>Formulär 1</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>52</i>	<i>48</i>	<i>100</i>
<i>Formulär 2</i>	<i>Bruttourval</i>	<i>50</i>	<i>50</i>	<i>100</i>
	<i>Nettourval</i>	<i>51</i>	<i>49</i>	<i>100</i>
	<i>Svarande</i>	<i>53</i>	<i>47</i>	<i>100</i>
<i>Formulär 3</i>	<i>Bruttourval</i>	<i>49</i>	<i>51</i>	<i>100</i>
	<i>Nettourval</i>	<i>48</i>	<i>52</i>	<i>100</i>
	<i>Svarande</i>	<i>50</i>	<i>50</i>	<i>100</i>
<i>Formulär 4</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>Formulär 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>54</i>	<i>46</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: Den nationella SOM-undersökningen 2015 och Statistiska centralbyrån (www.scb.se).

Tabell 11 Åldersgruppernas fördelning bland svarande och i urvalen jämfört med svenska befolkningen, 2015 (procent)

	Befolkningsunderlag	16–29 år	30–49 år	50–75 år	76–85 år	Summa
	Befolkning	22	33	38	7	100
Formulär 1–5	Bruttourval	22	33	38	7	100
	Nettourval	22	33	39	6	100
	Svarande	14	28	49	9	100
Formulär 1	Bruttourval	23	32	38	7	100
	Nettourval	22	33	38	7	100
	Svarande	14	27	49	10	100
Formulär 2	Bruttourval	24	32	37	7	100
	Nettourval	23	32	38	7	100
	Svarande	15	27	48	10	100
Formulär 3	Bruttourval	22	32	39	7	100
	Nettourval	22	32	40	6	100
	Svarande	14	28	49	9	100
Formulär 4	Bruttourval	23	34	36	7	100
	Nettourval	23	34	37	6	100
	Svarande	15	29	48	8	100
Formulär 5	Bruttourval	21	33	39	7	100
	Nettourval	21	33	39	7	100
	Svarande	13	28	50	9	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: Den nationella SOM-undersökningen 2015 och Statistiska centralbyrån (www.scb.se).

Tabell 12 Fördelning på region bland svarande och i urvalen jämfört med svenska befolkningen, 2015 (procent)

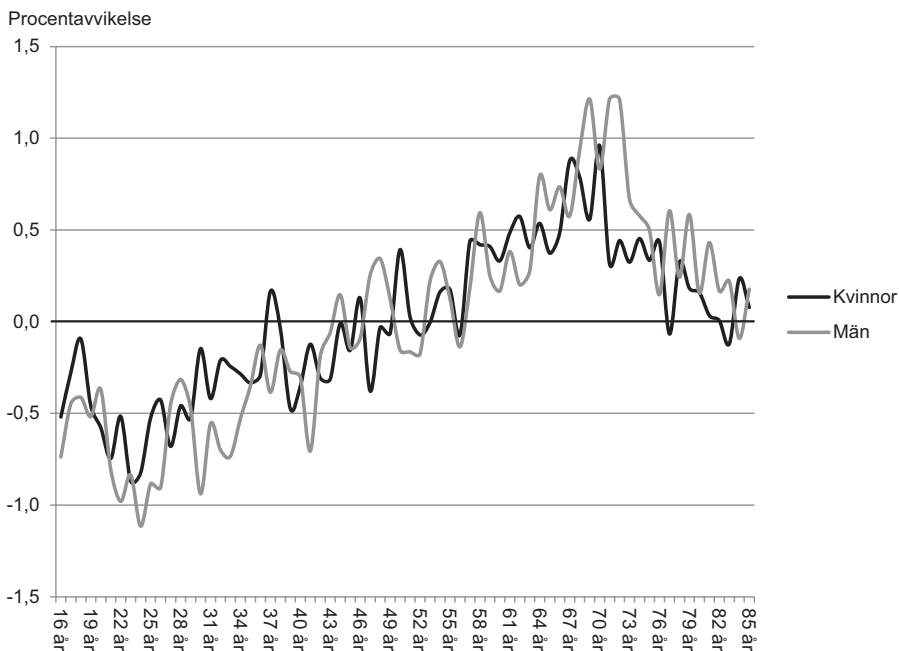
År	Befolknings- underlag	Stockholm	Östra Mellansverige	Småland med öarna	Sydsverige	Västsverige	Norra Mellansverige	Mellersta Norrland	Övre Norrland	Summa procent
	Befolkning	22	17	8	15	20	9	4	5	100
Formulär 1–5	<i>Bruttourval</i>	23	16	8	15	21	8	4	5	100
	<i>Nettourval</i>	23	16	8	15	20	8	4	6	100
	<i>Svarande</i>	21	16	8	15	22	8	4	6	100
<i>Formulär 1</i>	<i>Bruttourval</i>	22	17	8	14	21	9	4	5	100
	<i>Nettourval</i>	22	17	8	14	21	9	3	6	100
	<i>Svarande</i>	21	17	8	14	22	8	4	6	100
<i>Formulär 2</i>	<i>Bruttourval</i>	23	16	9	15	20	8	4	5	100
	<i>Nettourval</i>	23	16	9	14	20	8	5	5	100
	<i>Svarande</i>	20	15	10	15	21	9	5	5	100
<i>Formulär 3</i>	<i>Bruttourval</i>	22	16	8	15	20	9	4	6	100
	<i>Nettourval</i>	22	16	8	15	20	9	4	6	100
	<i>Svarande</i>	20	17	8	15	22	8	4	6	100
<i>Formulär 4</i>	<i>Bruttourval</i>	23	16	8	15	21	8	4	5	100
	<i>Nettourval</i>	23	16	8	14	21	8	4	6	100
	<i>Svarande</i>	21	16	8	15	22	8	4	6	100
<i>Formulär 5</i>	<i>Bruttourval</i>	22	16	9	15	20	8	4	6	100
	<i>Nettourval</i>	22	16	9	15	20	8	4	6	100
	<i>Svarande</i>	20	16	9	15	22	9	4	5	100

Kommentar: Data om befolkningen, avgränsade till åldersintervallet 16–85 år, data om urval samt svarande bygger på registerdata

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015 och Statistiska centralbyrån (www.scb.se).

Andelen utländska medborgare i SOM-undersökningens urval stämmer överens med befolkningen (tabell 13). Utländska medborgare är däremot underrepresenterade bland de svarande. En liten andel faller bort från urvalet som naturligt bortfall, med bristande språkkunskaper som dominerande skäl, men de flesta förviner som svarsvägran. Också befolkningens civilstånd bland 16–85-åringar stämmer mycket väl överens med SOM-undersökningens urval (tabell 13). I svarsgruppen är däremot andelen gifta något överrepresenterade och andelen ogifta något underrepresenterade.

Figur 4 Åldersrepresentativitet efter kön i förhållande till befolkningen (procentavvikelse)



Kommentar: Nollstreckets 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 2015 och Statistiska centralbyrån (www.scb.se).

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

Tabell 13 Fördelning på civilstånd och andel utländska medborgare bland svarande och i urvalen jämfört med svenska befolkningen, 2015 (procent)

	Gift	Änka/ änkling	Ogift	Frånsild	Summa	Utländska medborgare*
Befolkning	41	4	43	12	100	8
Bruttourval	42	4	43	11	100	8
Nettourval	42	4	43	11	100	7
Svarande	49	5	34	12	100	4

Kommentar: Data om befolkningen är avgränsade till åldersintervallet 16–85 år för civilstånd och 16–84 år för medborgarskap. Data om urval och svarande är avgränsade till motsvarande åldersintervall och bygger på registerdata. *Personer med dubbelt medborgarskap, varav det ena är svenskt, inräknas inte.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015 och Statistiska centralbyrån (www.scb.se).

Svarsbortfall

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 8 752 personerna som inte svarat på enkäten var det en knapp fjärdedel för vilka vi har närmare 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. Dessa personer avförs från nettourvalet räknas därmed inte med i svarsfrekvensen för undersökningen. I årets undersökning var det 907 personer motsvarande 5,6 procent av bruttourvalet som definierades naturligt bortfall.

Tabell 14 Typer av naturligt bortfall i den nationella undersökningen, 2015 (procent)

	Formulär 1	Formulär 2	Formulär 3	Formulär 4	Formulär 5	Samtliga formulär 2015	Samtliga formulär 2014	Samtliga formulär 2013	Samtliga formulär 2012
Fysiskt/mentalt oförmögen att svara	22	26	29	30	22	26	29	25	23
Adress okänd/flyttat	38	41	33	34	40	38	36	37	40
Bor utomlands/bortrest på längre tid	17	16	19	13	15	16	19	20	19
Ej svensktalande/språksvårigheter	19	15	17	21	20	18	14	14	16
Avliden	4	2	2	2	3	2	2	4	2
Summa procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal personer	181	172	187	194	172	907	762	901	903

Kommentar: Information om bortfallet samlas in 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 folkbokföringsregister.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015.

I det naturliga bortfallet är det särskilt tre grupper som dominerar: fysiskt och mentalt oförmögna, bortresta/utlandsboende samt de som inte kunnat nås på sin adress – vilka sammantaget utgör 79 procent av bortfallet (tabell 14). En mindre grupp om 18 procent utgör de som inte kunnat svara på enkäten på grund av språksvårigheter. Hälften av dessa var icke svensktalande och hälften hade läs- och skrivsvårigheter eller svårigheter med nivån på språket som används i enkäterna. Den minsta gruppen på 2 procent utgörs av personer som registrerats som avlidna. Detta mönster är detsamma för de fem delundersökningarna.

Mot bakgrund av att undersökningen 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 var det var 1 879 personer som under fältarbetets meddelade att de inte ville delta i undersökningen. Av dessa var det 1 138 personer som uppgav en orsak till att inte delta motsvarande 7 procent av hela urvalet och 15 procent av alla som valde att inte svara (exklusive det naturliga bortfallet).

Tabell 15 Specificerade skäl till att inte vilja delta i den nationella SOM-undersökningen, 2015 (procent)

	Formulär 1	Formulär 2	Formulär 3	Formulär 4	Formulär 5	Samtliga formulär 2015
Har inte tid	25	27	29	27	24	27
För många frågor	7	8	12	6	9	8
Vill av princip inte delta	20	23	17	17	24	20
Frågorna är ointressanta	10	9	2	4	6	6
Litar ej på anonymiteten	2	2	5	6	5	4
Vill ej delta utan ersättning	1	2	1	5	2	2
Frågorna är för svåra	2	1	2	2	2	2
Annat skäl	33	28	32	33	28	31
Summa procent	100	100	100	100	100	100
Antal personer	141	131	121	128	101	622

Kommentar: Informationen är inhämtad via telefonpåminnelserna, via den "bortfallsenkät" som bifogas sista påminnelsen samt från kontakter med respondenter som hört av sig under fältarbetets gång. Kategorin annat skäl samlar alla som uppgett ett skäl som inte har en fördefinierad kod i registreringsystemet och alla som angett mer än ett skäl. En stor andel av kategorin "annat skäl" utgörs av personer som säger att de är för gamla för att svara. Observera att tabellen endast redovisar de personer som uppgett något skäl till att inte delta.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015.

Om vi studerar den lilla andel som uppgett ett skäl till att inte delta ser vi att tidsbrist, i linje med tidigare erfarenheter, fortfarande är ett mycket vanligt argument. I 2015 års undersökning var det en dryg fjärdedel av personerna med en känd orsak till svarsvägran som angav detta som enda skäl till att avstå. Det var en femtedel som avstod att svara på enkäten av principiella skäl. Personer som vill ha ersättning för sitt deltagande och personer som inte litar på anonymiteten utgjorde en mindre grupp om 6 procent, vilket är en minskning från tidigare år. Utöver dessa ansåg 16 procent att frågorna var för svåra, för många eller för ointressanta för att besvaras. Den återstående tredjedelen har angett en kombination av skäl till att inte svara på enkäten. Det är för få som anger något skäl att inte delta för att vi ska kunna dra några slutsatser om systematiska skillnader mellan formulären.

Sammanfattning

SOM-undersökningen 2015 bestod av fem delundersökningar och skickades ut till ett urval om 17 000 personer. Syftet med undersökningen är dels att fungera som en infrastruktur för forskning, dels att fånga upp långsiktiga trender i det

svenska samhället. Undersökningen täcker många ämnesområden, men har sin tyngdpunkt på samhälle, opinion och medier. Data samlas in både via pappers- och webbenkäter. Årets undersökning hade en svarsfrekvens på 51 procent och svaren samlades primärt in under hösten 2015. Trots att hälften av respondenterna inte svarar på enkäten är den demografiska representativiteten i svarsgruppen god i de flesta avseenden. De personer som är underrepresenterade tillhör grupper som är mindre etablerade i samhället – yngre, singlar, utländska medborgare – där åldersfördelningen står för den största skevheten.

Noter

- ¹ Parallellt med den nationella SOM-undersökningen genomförde SOM-institutet en motsvarande enkätundersökning i Västra Götalandsregionen och i Skåne.
- ² Kinnmark Information AB anlätades 2015
- ³ SOM-undersökningarna kodades av Sofia Arkhede, Klara Bové och Lukas Nordin
- ⁴ www.som.gu.se/undersokningar
- ⁵ Konstruerad i qualtrics.com
- ⁶ SMS skickades bara till respondenter med känt mobilnummer
- ⁷ Concilia Information anlätades 2015
- ⁸ Det artificiella numret är längre än ett vanligt telefonnummer, men kan ta emot SMS och administreras via en dator istället för telefon.
- ⁹ Åldersspannet för medborgarskap är 16-84 år pga SCB:s redovisningsintervaller

Referenser

- Barrios, M., Villarroya, A., Borrego, Á., & Ollé, C. (2010). Response rates and data quality in web and mail surveys administered to PhD holders. *Social Science Computer Review*.
- Bové, Josefine, Jonas Hägglund och Frida Vernersdotter (2014), "Metodrapport – SOM-undersökningen 2013". Rapport 2014:31, SOM-institutet, Göteborgs Universitet.
- Dillman, D. A. (2000). *Mail and internet surveys: The tailored design method*(Vol. 2). New York: Wiley.
- Dillman, D. A., Phelps, G., Tortora, R., Swift, K., Kohrell, J., Berck, J., & Messer, B. L. (2009). Response rate and measurement differences in mixed-mode surveys using mail, telephone, interactive voice response (IVR) and the Internet. *Social Science Research*, 38(1), 1-18.

- Gilljam, M., Granberg, D., Holm, B., Karlsson, D., & Sundell, A. (2013). Comparison of Web and Mail Responses in a Census of Swedish Local Political Representatives. *Survey Practice*, 4(3).
- Holmberg, A., Lorenc, B., & Werner, P. (2010). Contact strategies to improve participation via the web in a mixed-mode mail and web survey. *Journal of Official Statistics*, 26(3), 465.
- Hägglund, Jonas (2015). *Metodexperiment i den västsvenska SOM-undersökningen 2014*. Rapport 2015:13, SOM-institutet, Göteborgs Universitet.
- Markstedt, Elias (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., & Fulton, J. (2012). When more gets you less: a meta-analysis of the effect of concurrent web options on mail survey response rates. *Public opinion quarterly*, nfs047.
- Millar, M. M., & Dillman, D. A. (2011). Improving response to web and mixed-mode surveys. *Public Opinion Quarterly*, nfr003.
- Schaefer, D. R., & Dillman, D. A. (1998). Development of a standard e-mail methodology: Results of an experiment. *Public opinion quarterly*, 378-397.
- Vernersdotter, Frida (2014) Den nationella SOM-undersökningen 2013 i Annika Bergström & Henrik Oscarsson (red) *Mittfåra & marginal*. Göteborgs universitet: SOM-institutet.

