

Den nationella SOM-undersökningen 2022
- En metodöversikt

[SOM-rapport nr 2023:04]

Innehåll

1 Inledning.....	1
2 Population och urval.....	2
Population	2
Urval	2
3 Frågeformulär.....	4
Pappersformulärens utformning och innehåll	4
Webbformulärens utformning och innehåll.....	4
4 Datainsamling.....	5
Webb svar	5
Vem svarar på webben och hur?.....	5
5 Fältarbete	7
Experiment i SOM-undersökningen 2022	7
Fältplan och insatser	8
Postala påminnelser	9
SMS-påminnelser	10
Avböja medverkan.....	10
6 Inflow.....	11
7 Svarefrekvens och bortfall	13
Kontaktgrad.....	16
Svarebortfall.....	18
8 Representativitet.....	19
Svaregruppens sammansättning	19
Referenser	24
Appendix I. SMS-påminnelser i den nationella SOM-undersökningen 2022	25

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 är en centrumbildning vid Göteborgs universitet och har sin bakgrund i ett samarbete mellan forskare vid Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) och Statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet.

Under hösten 2022 genomfördes fem parallella undersökningar: den 37:e nationella SOM-undersökningen, den 31:a västsvenska SOM-undersökningen, den sjunde SOM-undersökningen i Göteborg, den fjärde värmäländska SOM-undersökningen samt den första valundersökningen i SOM-institutets regi.

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 att noggrant följa upp varje undersökning och analysera och stärka kvaliteten på data. Detta sker både genom att de befintliga metoderna förbättras och genom att nya prövas. På så sätt bidrar SOM-institutet även till den generella metodutvecklingen på surveyområdet.

I ovan nämnda utvecklingsarbete ingår ett omfattande arbete med att utforma väl fungerande frågeinstrument. I arbetet 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 stor vikt vid att undersöka vilka grupper som väljer att svara – och kanske framförallt de som väljer att *inte* svara – på enkäterna. 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 2022.¹ Utöver denna rapport finns även motsvarande rapporter för den västsvenska SOM-undersökningen 2022, SOM-undersökningen i Göteborg 2022 och den värmäländska SOM-undersökningen 2022. I en första del beskrivs undersökningens urval, formulärdesign och datainsamlingsarbete. En andra del redogör för fältarbetet och listar de olika kontaktförsök och påminnelseinsatser som riktades till urvalsgruppen. Därefter ligger fokus på svaren och inflöde av svar, där svarsmönster, bortfall och representativitet analyseras.

Rapporten är framtagen av biträdande undersökningsledare Julia Bergquist, Elisabeth Falk och Marcus Weissenbilder. För frågor, kontakta SOM-institutet på info@som.gu.se eller 031 786 3300.

¹ Metodöversikten bygger på tidigare års metodrapporter, se Falk, E., Sandelin, F. & Weissenbilder, M., (2022).

2 Population och urval

Population

SOM-undersökningarna strävar 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 är överlag likvärdiga. Populationen för den nationella SOM-undersökningen 2022 var 16–90-åringar boende i hela Sverige. Det är denna population som undersökningen gör anspråk på att uttala sig om.

Urval

Den nationella SOM-undersökningen 2022 använde sig av ett obundet slumpmässigt urval, vilket är ett pålitligt och vetenskapligt beprövat sätt för att 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 augusti 2022 hade sin primära adress i Sverige. Folkbokföringsregistret uppdateras kontinuerligt vilket innebär att täckningsfelet – det vill säga skillnaden mellan registret som urvalet är baserat på (rampopulationen) och populationen som undersöks (målpopulationen) – blir minimalt och uppstår främst vid dödsfall, invandring eller utvandring.

En närbesläktad källa till bortfallsfel i urvalet är olika typer av fel i folkbokföringen, där felaktig adress är den mest betydande orsaken. Skatteverket uppskattar i sin årsredovisning för 2022 det totala folkbokföringsfelet till 1,9 procent (Skatteverket, 2023). Det innebär hypotetiskt att vi inte når fram till cirka 2 procent av individerna i vårt urval vilket får konsekvenser för hur vi beräknar svarsfrekvensen i undersökningen. Hade vi kunnat definiera bort folkbokföringsfel från bruttourvalet hade nettosvarsfrekvensen sannolikt varit högre.

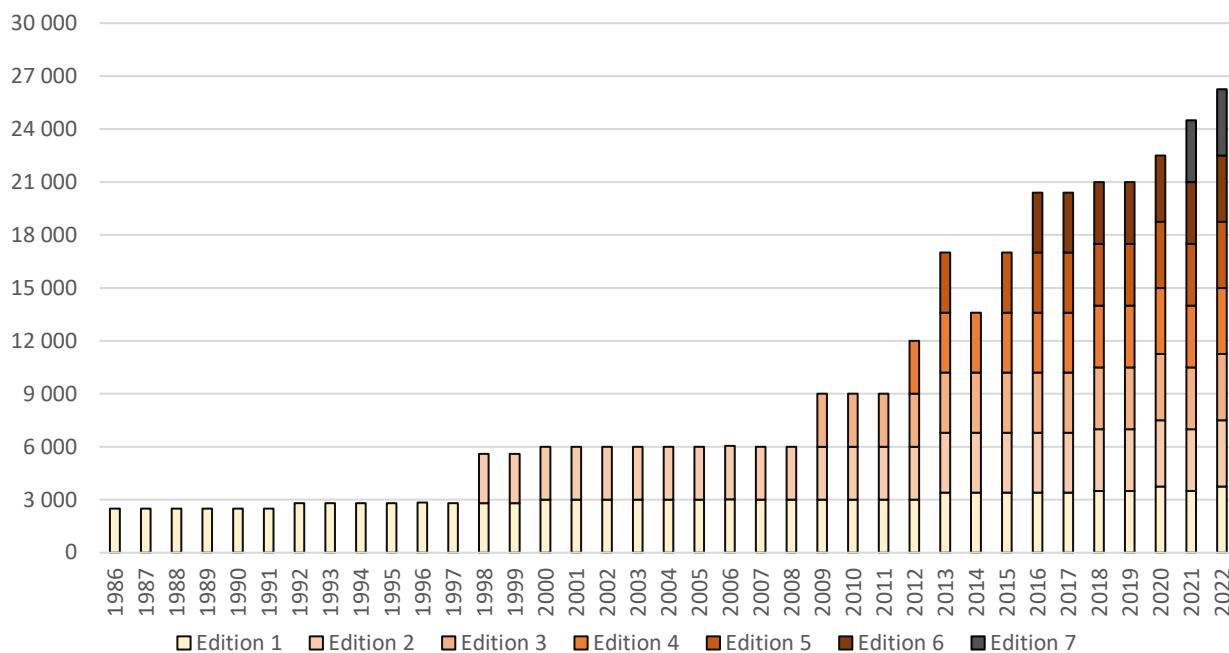
Tabell 1 redovisar urvalen i samtliga editioner av den nationella SOM-undersökningen 2022. Den nationella SOM-undersökningen hade 2022 ett totalt urval om 26 250 personer. Undersökningen gjordes i sju editioner som gick ut till ett urval om 3 750 personer vardera.

Tabell 1 Samtliga urval i 2022 års nationella SOM-undersökning

Undersökning/urvalsgrupp	Urvalsstorlek	Ålder
Edition 1	3 750	16–90 år
Edition 2	3 750	16–90 år
Edition 3	3 750	16–90 år
Edition 4	3 750	16–90 år
Edition 5	3 750	16–90 år
Edition 6	3 750	16–90 år
Edition 7	3 750	16–90 år
Totalt	26 250	16–90 år

Figur 1 visar hur urvalet i den nationella SOM-undersökningen kontinuerligt har ökat över tid. 2022 års undersökning var andra gången sju editioner använts vilket medför såväl ett stort totalt urval som möjlighet att ställa många olika undersökningsfrågor. Urvalet per edition har även ökat något över tid för att underlätta utökade analyser av subgrupper.

Figur 1 Urval och editioner i de nationella SOM-undersökningarna 1986–2022



Urvalen drogs den 9 augusti 2022 från Skatteverkets registertjänst Navet och levererades direkt till undersökningsföretaget Institutet för kvalitetsindikatorer (Indikator). Undersökningsföretaget avidentifierade urvalsfilerna och skickade dem till SOM-institutet som randomiserade det nationella urvalet in i sju delurval.

3 Frågeformulär

SOM-undersökningarna 2022 genomfördes huvudsakligen 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 ger utrymme för fler enkätfrågor från samverkande forskningsprojekt, myndigheter och organisationer, utan att belastningen för respondenten blir för stor.

Pappersformulärens utformning och innehåll

Under 2022 bestod samtliga formulär av en framsida, en förstasida med instruktioner och innehållsförteckning, 12 sidor med enkätfrågor och en baksida. Totalt var hela formuläret 16 sidor. Formulären var i likhet med tidigare års enkäter i A4-format. Tabell 2 ger en översikt över de olika formulären från 2022 års undersökningar.

Tabell 2 Formulärens innehåll, den nationella SOM-undersökningen 2022

Undersökning	Antal frågor	Sidor enkätfrågor	Totalt antal sidor
Edition 1	60	12	16
Edition 2	58	12	16
Edition 3	64	12	16
Edition 4	65	12	16
Edition 5	64	12	16
Edition 6	57	12	16
Edition 7	62	12	16

Huvuddelen av frågorna i den nationella SOM-undersökningen 2022 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 respondentens yrke. 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 2022 års undersökning.²

Webbformulärens utformning och innehåll

Sedan 2012 genomförs SOM-undersökningarna med en kombination av postala enkäter och webbenkäter. Åtkomst till den digitala enkäten sker genom SOM-institutets hemsida, via en webbadress, QR-kod som inkluderades i brevet eller via en länk som skickades ut via sms. Frågorna i webbenkäten utformades så långt som möjligt på samma sätt som i pappersenkäten. Sidbrytningarna i den digitala versionen följde däremot inte pappersversionen. Inga frågor var programmerade att vara obligatoriska att svara på vilket innebar att respondenterna på webben i likhet med de som svarade på 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.

²Samtliga kodböcker finns tillgängliga på [SOM-institutets hemsida](#).

4 Datainsamling

Datainsamlingen för den nationella SOM-undersökningen 2022 ägde rum med start i september 2022 och pågick till och med slutet av december 2022. SOM-undersökningarna använder en undersökningsdesign som kallas mixed mode. Mixed mode innebär att flera datainsamlingsmetoder används i en och samma undersökning. I SOM-undersökningarna avser detta att postala enkäter och webbenkäter kombineras.

Den primära datainsamlingsmetoden var via postenkäter som returnerades till Institutet för kvalitetsindikatorer (Indikator) där de genomgick en skanningsprocess. Den andra datainsamlingsmetoden var en webbenkät, även där administrerade Institutet för kvalitetsindikatorer (Indikator) formulären och datainsamlingen. Vid slutet av fältperioden slogs data från pappersenkäterna och webbenkäterna ihop till en samlad datafil.

Webbsvar

I den nationella SOM-undersökningen 2022 fick respondenterna möjligheten att svara på webben vid första utskicket av pappersformuläret, ett alternativ som introducerades 2017 och som resulterade i en högre andel webbsvar. Innan 2017 var svar via webben möjligt först vid det andra utskicket av pappersformuläret, vilket inträffade cirka 15 dagar in i fältperioden. Årets undersökning inkluderade även ett experiment där en tredjedel av urvalet *enbart* fick möjlighet att svara på webb vid första utskicket.

Tabell 3 visar andelen webbsvar i de nationella undersökningarna sedan 2012. Det var 4 607 personer, motsvarande 17 procent av bruttourvalet och 37 procent av de svarande som besvarade den nationella SOM-undersökningen digitalt 2022.

Tabell 3 Andel webbsvar för de nationella SOM-undersökningarna 2012–2022 (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
Nationella SOM-undersökningen 2017	1 281	11,8
Nationella SOM-undersökningen 2018	1 791	16,6
Nationella SOM-undersökningen 2019	1 665	16,5
Nationella SOM-undersökningen 2020	3 590	32,3
Nationella SOM-undersökningen 2021	5 198	45,5
Nationella SOM-undersökningen 2022	4 607	37,0

Vem svarar på webben och hur?

Under de elva år som webbsvar varit ett alternativ i SOM-undersökningarna har svarsmönstret i olika grupper visat sig stabilt. 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 2022 var det omkring 53 procent av de svarande mellan 20 och 29 år som valde att svara på webben. Motsvarande andel i gruppen 60–69 åringar var 32 procent och

i gruppen 70–79 åringar 23 procent. Andelen män som svarar på webben (38 procent) är ungefär lika stor som andelen kvinnor (36 procent).

Det interna svarsbortfallet, den andel av de svarande som valt att inte svara på en eller flera frågor men som ändå skickat in den, skiljer sig signifikant åt beroende på om respondenten svarar på webben eller på papper och ligger kring 10 procent på webb samt sex procent på papper. Skillnaden är statistiskt signifikant även vid kontroll för ålder och kön.

De huvudsakliga verktygen respondenterna kunde använda för att komma åt webbenkäterna var datorer och portabla enheter som mobiltelefoner och surfplattor. Dessa olika plattformar 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, surfplatta eller på mobilen, samt hur svarsbortfall och svarsutfall skiljde sig beroende på vilket digitalt verktyg som användes.

Som tabell 4 redovisar kom 46 procent av de digitala svaren på den nationella SOM-undersökningen 2022 från en dator, 52 procent från en mobiltelefon och resterande 2 procent från en surfplatta.

Tabell 4 Andel svar på dator, surfplatta och mobil (procent)

Undersökning	Andel svar på dator	Andel svar på mobil	Andel svar på surfplatta
Den nationella SOM-undersökningen 2018	52	41	7
Den nationella SOM-undersökningen 2019	48	45	7
Den nationella SOM-undersökningen 2020	53	48	4
Den nationella SOM-undersökningen 2021	43	56	1
Den nationella SOM-undersökningen 2022	46	52	2

Precis som det finns ålderskillnader bland de som svarar på papper respektive webb återfinns en ojämn åldersfördelning bland de som svarar på dator, surfplatta respektive mobil. I åldersgruppen 16–49 åringar är mobilen det vanligaste verktyget att svara på av de som svarar på webben. I gruppen 50–90-åringar är istället dator det vanligaste sättet att besvara enkäten. Bland de som svarade på webben återfinns en signifikant skillnad vad gäller svarsbortfall hos de som svarar på mobil, jämfört med de som svarar på dator, även under kontroll för kön och ålder.

Att QR-kod från och med 2021 finns med som alternativ för att underlätta inloggning medför att webbsvaren kan brytas ner på tre olika logintyper, liksom tabell 5 visar. Majoriteten av respondenterna, oavsett ålder, föredrar att logga in i webbenkäten via webbkod. En tydlig trend syns dock även här, där de yngre åldersgrupperna i högre utsträckning väljer att logga in via QR-kod, jämfört med de äldre åldersgrupperna.

Tabell 5 Andel som använt olika logintyper (procent)

Undersökning	Andel login via webbkod	Andel login via QR-kod	Andel login via SMS-länk
Den nationella SOM-undersökningen 2022	76	16	8

5 Fältarbete

Fältarbetet för 2022 års nationella SOM-undersökning följde i stora drag samma upplägg som för tidigare år (Falk, Sandelin & Weissenbilder, 2022), med några nämnvärda ändringar som kommer att avhandlas under denna rubrik. Utskick och insamling av enkäter utfördes för sjätte gången av det fristående undersökningsföretaget Institutet för kvalitetsindikatorer (Indikator), som svarade för den tekniska och praktiska delen av datainsamlingen såsom tryck och distribution av enkäter, påminnelser via post, skanning av de inkomna svaren, för programmering av och insamling via de digitala enkäterna samt för påminnelser via SMS. SOM-institutet svarade för allt innehåll i utskick och enkäter.

SOM-institutet ansvarade även för framtagning av den fältplan som användes för SOM-undersökningarna. Fältperioden inleddes den 12 september och varade i 109 dagar, vilket är ungefär lika långt som under de senaste åren. Undersökningen stängde den 30 december.

Experiment i SOM-undersökningen 2022

Fältplanen för SOM-undersökningarna har under lång tid följt samma upplägg. SOM-institutet har dock vid flera tillfällen utvecklat fältplanen för att möta nya förutsättningar och utmaningar. När större förändringar i undersökningens upplägg görs föregås det av noggrant utvärderande experiment. Exempel på större förändringar är avskaffandet av telefonpåminnelser (Arkhedede, 2018) och införandet av incitament för att delta i undersökningen (Arkhedede, Oscarsson & Vernersdotter, 2017). Utfallen av experiment som genomförs på SOM-institutet publiceras på vår hemsida under fliken [Metodforskning](#).

Till att börja med genomfördes det två experiment vad gäller incitament i 2022 års undersökningar. I SOM-undersökningarna skickas sedan 2017 en trisslott som belöning till de personer som besvarar undersökningen. Incitamentexperimenten 2022 syftade till att se om det med andra incitament med ett högre monetärt värde jämfört med trisslotten kunde öka svarsfrekvensen bland personer under 40 år och utomnordiskt födda, det vill säga två grupper som svarar i lägre utsträckning på undersökningen. Experiment med liknande syfte gjordes även 2021 (Falk & Sandelin, 2023). Det ena incitamentexperimentet avseende personer under 40 år³, genomfördes i den nationella, den västsvenska och SOM-undersökningen i Värmland. Två olika incitament erbjöds utöver den sedvanliga trisslotten i experimentet. Det ena var ett presentkort i form av en biobiljett⁴ och det andra var ett presentkort på ICA värt 75 SEK.

Resultaten av det ena incitamentexperimentet visade att både biobiljett och presentkort på ICA värde 75 SEK påverkade svarsfrekvensen positivt jämfört med trisslotten utan att försämra datakvaliteten i form av färre andel kompletta svar. Däremot visade sig representativiteten vara något sämre bland de som fick biobiljett och presentkort på ICA värde 75 SEK jämfört med dem som erbjöds trisslott. En utförligare beskrivning av experimentet och planerade analyser för framtida publikation finns att ta del av [här](#) (Falk, Lundmark & Sandelin, 2022).

Det andra incitamentexperimentet avseende utomnordiskt födda³ ovan genomfördes i SOM-undersökningen i Göteborg. I detta experiment testades presentkort på Espresso house värde 100 SEK mot trisslotten. Resultaten av det andra incitamentexperimentet visade att presentkortet till ett värde

³ 16–17 åringar exkluderades från experimentet för att de inte får ta emot trisslott och därav saknades det en kontrollgrupp för 16–17 åringar.

⁴ Biobiljetten gäller vid alla ordinarie filmföreställningar (inkl. 3D-föreställningar) på Filmstadens biograf, Svenska Bio och Cinemasenen (Filmstaden, 2022).

av 100 SEK på Espresso House påverkade svarsfrekvensen positivt jämfört med trisslotten utan att försämra datakvaliteten i form av färre andel kompletta svar. En utförligare beskrivning av experimentet och planerade analyser för framtida publikation finns att ta del av [här](#) (Lundmark, Sandelin & Falk, 2022).

Vidare genomfördes experiment för att utvärdera effekten av olika inloggningssätt till webbenkäten via QR-kod och SMS på datakvalité. Syftet med experimentet var att utforska hur en sänkt tröskel för att starta enkäten påverkar kvaliteten på insamlad data. För att se hur detta skiljer sig åt beroende på om respondenten erbjuds att besvara enkäten endast via internet (push-to-web) eller både på papper och via internet i samband med missiv 1, fick en tredje del av urvalet i den nationella och den västsvenska SOM-undersökningen endast möjlighet att besvara enkäten på internet i samband med missiv 1 medan resterande fick möjlighet att besvara enkäten både via internet och papper. Experimentet genomfördes i samtliga undersökningar med undantag för SOM-undersökningen i Göteborg.⁵ En utförligare beskrivning av experimentet och planerade analyser för framtida publikation finns att ta del av [här](#) (Lundmark & Sandelin, 2023).

Det genomfördes även ett experiment där halva urvalet i alla undersökningar förutom SOM-undersökningen i Göteborg⁶ mottog en godis i samband med inbjudan att delta i undersökningen. Resultaten indikerar en marginellt högre svarsfrekvens bland gruppen som fick en godis i missiv 1 jämfört med de som inte fick det. En utförligare beskrivning av experimentet och planerade analyser för framtida publikation finns att ta del av [här](#) (Bergquist, Lundmark, Sandelin & Falk, 2022).

Slutligen genomfördes det ett experiment i SOM-undersökningen i Göteborg där majoriteten av de inbjudna gavs möjlighet att besvara enkäten på 11 språk utöver svenska. En utförligare beskrivning av experimentet och planerade analyser för framtida publikation finns att ta del av [här](#) (Lundmark, Sandelin & Rönnerstrand, 2022).

Fältplan och insatser

2022 års SOM-undersökningar inleddes den 5 september 2022 med utskick av ett aviseringskort som informerade respondenterna om att de blivit slumpmässigt utvalda att delta i årets undersökning (se tabell 6). En vecka senare skickades enkäten ut tillsammans med ett följebrev, ett frankerat svarskuvert, en informationsbroschyr om SOM-institutets verksamhet, kort information på nio olika språk samt en penna. Under resterande del av fältperioden genomfördes en serie påminnelseinsatser per brev och per SMS. Samtliga papperspåminnelser inklusive tack- och påminnelsekortet innehöll inloggningsuppgifter till webbenkäten. Påminnelser via SMS innehöll länk till webbenkäten. De utvalda respondenterna kunde när som helst under fältperioden avsäga sin medverkan genom att ta kontakt med SOM-institutet varpå påminnelseinsatserna upphörde.

Totalt genomfördes 11 insatser (aviseringar och påminnelser), varav ett aviseringskort, fem postala utskick innehållande en enkät, ett tack- och påminnelsekort och fyra SMS-påminnelser. Nedanstående tabell redogör för fältplanen i sin helhet och listar de datum vid vilket varje insats skickades ut. I normalfallet medför ett postalt utskick att materialet når respondenten 2–4 arbetsdagar efter utskicksdatum, medan ett SMS når respondenten i princip direkt.

⁵ Experimentet avseende variation i QR-kod genomfördes inte i SOM-undersökningen i Göteborg.

⁶ I SOM-undersökningen i Göteborg mottog hela urvalet en godis.

Tabell 6 Fältinsatser i SOM-undersökningarna 2022

5 sept	Utskick av aviseringsvykort
12 sept	Utskick av Missiv 1 – formulär, informationsbroschyr, information på nio språk, information om hur man besvarar enkäten på webben, svarskuvert och penna.
21 sept	Utskick av tack-/påminnelsevykort (med omslutande kuvert)
5 okt	Utskick av Missiv 2 – formulär och svarskuvert.
10 okt	Utskick av SMS 1 .
24 okt	Utskick av Missiv 3 – formulär och svarskuvert.
27 okt	Utskick av SMS 2 . Innehållande länk för att avböja medverkan i undersökningen.
8 nov	Utskick av Missiv 4 – formulär och svarskuvert.
18 nov	Utskick av SMS 3 . Innehållande länk för att avböja medverkan i undersökningen.
29 nov	Utskick av SMS 4 . Innehållande länk för att avböja medverkan i undersökningen.
5 dec	Utskick av Missiv 5 – formulär, svarskuvert och bortfallsenkät.
30 dec	Fältstopp

Under fältperioden skickades ett tackbrev ut till de respondenter som besvarat undersökningen. I början av fältperioden när inflödet var högt skickades tackbrev ut flera gånger i veckan, men senare under fältperioden när inflödet var lägre skickades tackbrev ut en gång i veckan. Tackbrevet innehöll en belöning i form av en trisslott eller annat erbjudet incitament till de respondenter som hade fyllt 18 år innan fältperiodens start, alternativt en Sverigecheck (värde 50 kr) till de som var 17 år eller yngre när fältarbetet inleddes. Införandet av belöningarna var ett resultat av 2016 års metodologiska experiment då effekten av dessa testades i SOM-undersökningen i Göteborg. I experimentet framkom att belöningar i form av trisslotter hade positiv effekt på nettosvarsfrekvensen (mellan 4 och 6 procentenheter) utan att försämra datakvaliteten (Arkhede, Oscarsson och Vernersdotter, 2017). Från och med 2017 års SOM-undersökningar erbjöds denna belöning till samtliga svarande.

Fältarbetet avslutades med att Institutet för kvalitetsindikatorer (Indikator) gjorde en slutskanning av inkomna enkäter och sammanställde en datafil som skickades till SOM-institutet för validering den 10 januari 2023. Den sista registrerade enkäten inkom 8 januari. Vid datavalideringsprocessens slut avidentifierades enkäterna och alla kontaktuppgifter raderades. De fysiska enkäterna som kommit in förstördes i enlighet med bestämmelser om sekretessavfall.

Postala påminnelser

Utskick och påminnelser per post är stommen i SOM-undersökningarnas fältperiod. Ungefär 48 procent av det totala urvalet fick samtliga postala utskick då de varken svarade eller hörde av sig för att avböja sin medverkan.

Efter att aviseringskort och den första pappersenkäten skickats ut påbörjades påminnelseinsatserna. Den första påminnelsen per post skickades ut som ett brevomslutande vykort där respondenterna tackades om de redan hade svarat och resten av urvalet påmindes om att svara om de inte redan hade gjort det. De efterföljande påminnelserna innehöll ett kort brev med en inbjudan att svara på enkäten och en ny pappersenkät. Den sista påminnelsen per post innehöll, vid sidan av den ordinarie enkäten, en kort bortfallsenkät där de som ännu inte deltagit ombads att ange varför de inte svarat på undersökningen. Dessa svar redovisas som bortfall och analyseras i avsnitt 7 i föreliggande rapport.

SMS-påminnelser

Att använda SMS är en kostnadseffektiv påminnelsemetod som är enkel att administrera. Totalt telefonnummersattes 36 procent av de som ännu inte svarat eller avböjt sin medverkan vid tillfället för SMS-påminnelse 1, vilket utgjorde 26 procent av det totala urvalet. Då 64 procent av det urval som gick till telefonnummersättning inte gick att telefonnummersätta blev enbart cirka 14 procent av urvalet föremål för samtliga påminnelseinsatser, det vill säga post och SMS tillsammans. Yngre telefonnummersätts i lägre grad än äldre. Skevheten i telefonnummersättningen beror till stor del på att äldre i större utsträckning är etablerade med fasta bostadsorter och telefonnummer, vilket medför att det blir lättare att få tag i telefonnummer till dessa grupper. Tabell 7 visar telefonnummersättningsgraden för olika åldersgrupper vid telefonnummersättningen i 2022 års nationella SOM-undersökning.

Tabell 7 Andel telefonnummersatta (mobiltelefonnummer) per åldersgrupper, den nationella SOM-undersökningen 2022 (procent)

Samtliga	16–29 år	30–49 år	50–64 år	65–90 år
36%	17%	35%	45%	51%

Kommentar: Procentbasen utgörs av de som inte redan hade svarat eller avböjt sin medverkan vid fältdag 21 när telefonnummersättningen genomfördes.

Tabell 8 redovisar det övergripande upplägget för SMS-påminnelser i den nationella SOM-undersökningen 2022. Totalt fyra SMS gick ut. I samtliga SMS ingick en länk till webbenkäten. I Appendix I finns en detaljerad beskrivning av samtliga SMS.

Tabell 8 SMS-utskick i den nationella SOM-undersökningen 2022

Utskick	Antal skickade SMS	Fältdag
1	6 538	28
2	5 238	45
3	4 299	67
4	3 747	78

Avböja medverkan

I undersökningen 2022 fick de respondenter som inte ville delta möjligheten att fråna och med SMS 2 klicka på en länk som gick till en bortfallsenkät och där ange skäl till varför de inte ville delta. Tabell 9 redovisar alla som klickat på länken för att avböja sin medverkan. Resultaten över de som besvarade bortfallsenkäten redovisas i avsnitt 7. Att erbjuda en tidig utväg från undersökningen är positivt ur ett respondentperspektiv, för att på så sätt ge respondenterna en enkel väg att neka deltagande.

Avböja medverkan i undersökningen via SMS löd:

”Vill du inte delta kan du klicka på följande länk: [länk till bortfallsenkät].”

Utfallet av att ha ett alternativ till att avböja att medverka i undersökningen leder likt resultatet från ett experiment i 2016-års undersökning till ett större bortfall tidigt i fältperioden (Jansson, Tipple & Weissenbilder, 2018). Fördelarna med detta är flera, bland annat slipper respondenterna motta ett större antal utskick av enkäten vilket även är finansiellt och miljömässigt besparande. Nackdelarna är

att man riskerar att missa respondenter som eventuellt hade svarat vid ett andra utskick av enkäten, om en möjlighet att avböja ej hade funnits tillgängligt.

Tabell 9 SMS: Antal avböjd medverkan, andel avböjd medverkan och andel av totalt bortfall (procent)

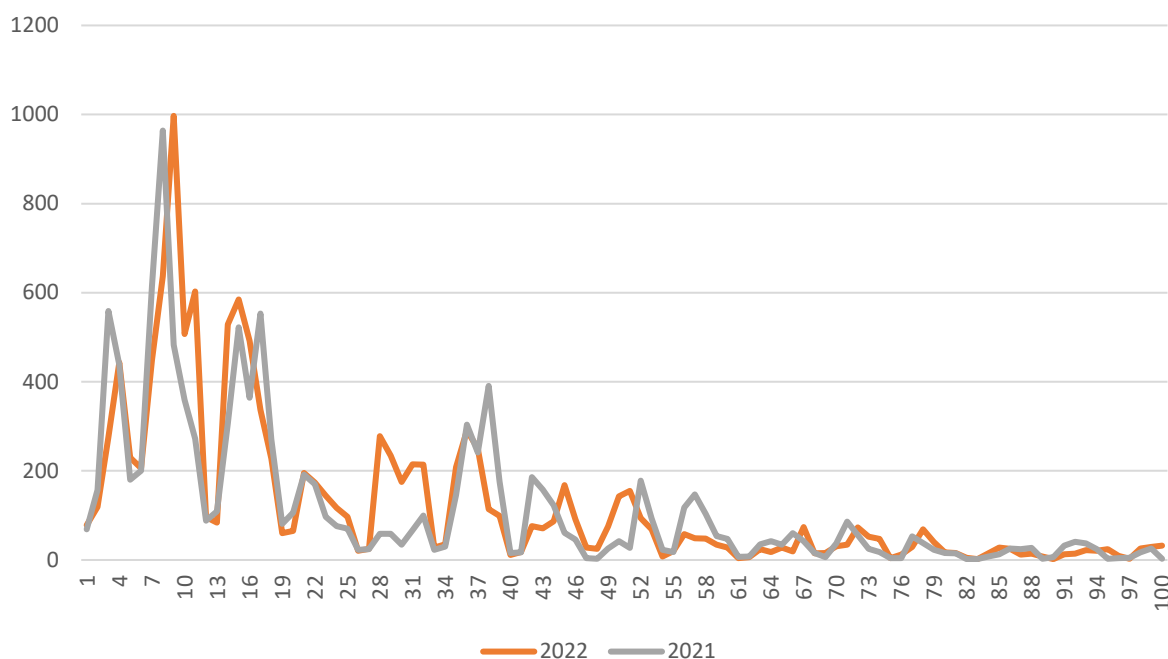
	Antal avböjd medverkan	Andel SMS-mottagare som avböjt medverkan	Andel av bortfall*
Den nationella SOM-undersökningen	825	13%	6%

Kommentar: *Avser andelen av det totala bortfallet i undersökningen.

6 Inflöde

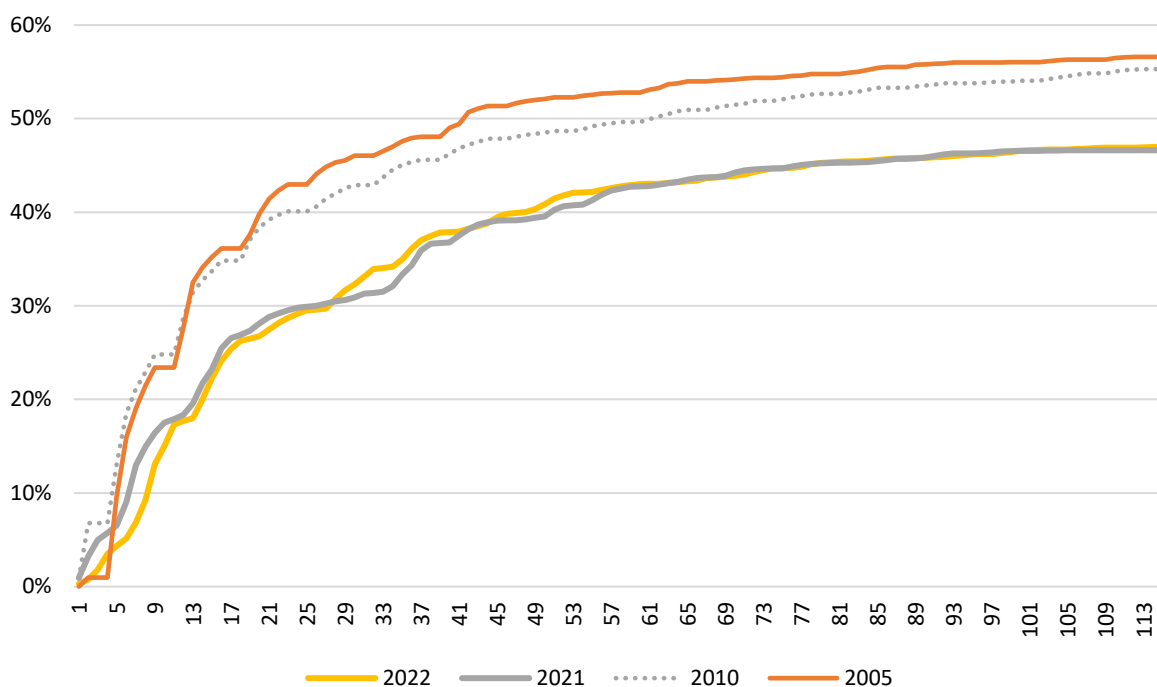
Den nationella SOM-undersökningen har under flera år uppvisat liknande inflödesmönster (se figur 2). De första dagarnas höga toppar och djupa dalar är resultatet av det stora inflödet under vardagar och avsaknaden av inflöde under helgdagar. Inflödet av ifyllda enkäter under fältperioden kommer i vågor, tydligt i fas med utskick, helger och påminnelseåtgärder.

Figur 2 Inflöde per dag i den nationella SOM-undersökningen 2021–2022 (antal enkäter)



De flesta respondenter som väljer att svara på en SOM-undersökning gör det redan under de första veckorna. Vid fältdag 30 var bruttosvarsfrekvensen för 2022 års nationella SOM-undersökning 32 procent och 86 procent av de slutgiltiga svaren kom in före första november (se figur 3).

Figur 3 Kumulativt inflöde av enkäter i den nationella SOM-undersökningen 2005–2022 (kumulativ procent av bruttourvalet)



30 dagar in i fältperioden ligger som tidigare nämnt bruttosvarsfrekvensen på 32 procent men genom att låta undersökningen vara i fält i ytterligare 80 dagar uppnår SOM-undersökningarna en bättre slutgiltig åldersmässig representativitet och en något lägre skattning av faktorer som politiskt intresse och regelbunden morgontidningsläsning, vilka vi vet samvarierar med bland annat ålder, kön och etableringsgrad i samhället och ofta används som referensvariabler.

I tabell 10 syns att längden på 2022 års undersöknings fältperiod avhjälpte initiala skevheter något i såväl svarsgruppens ålder som morgontidningsläsning och politiskt intresse. Tydligast skillnad mellan tidiga och sena skeden i svarsperioden är förändringen i andelen som dagligen läser morgontidning på papper. Bland de olika åldersgrupperna syns hur de mellan 20–39, som är svåra att nå under fältperioden, svarar i något större utsträckning när fältperioden hålls längre.

Tabell 10 Effekt av lång fältperiod på den nationella SOM-undersökningen 2022 (andel svar i olika grupper)

	16–19 år	20–29 år	30–39 år	40–49 år	50–59 år	60–69 år	70–79 år	80–90 år	Total	Mycket intresserad av politik	Daglig morgn.tidn läsning
Fältdag 40	4,0	8,8	12,9	13,3	16,6	18,0	18,2	8,2	100,0	18,7	19,2
Sista fältdagen	4,3	9,6	13,8	13,9	17,0	16,9	16,8	7,7	100,0	18,2	17,7
Δ fältdag 40 och sista fältdag	+0,3	+0,8	+0,9	+0,6	+0,4	-1,1	-1,4	-0,5		-0,5	-1,5

7 Svarsfrekvens och bortfall

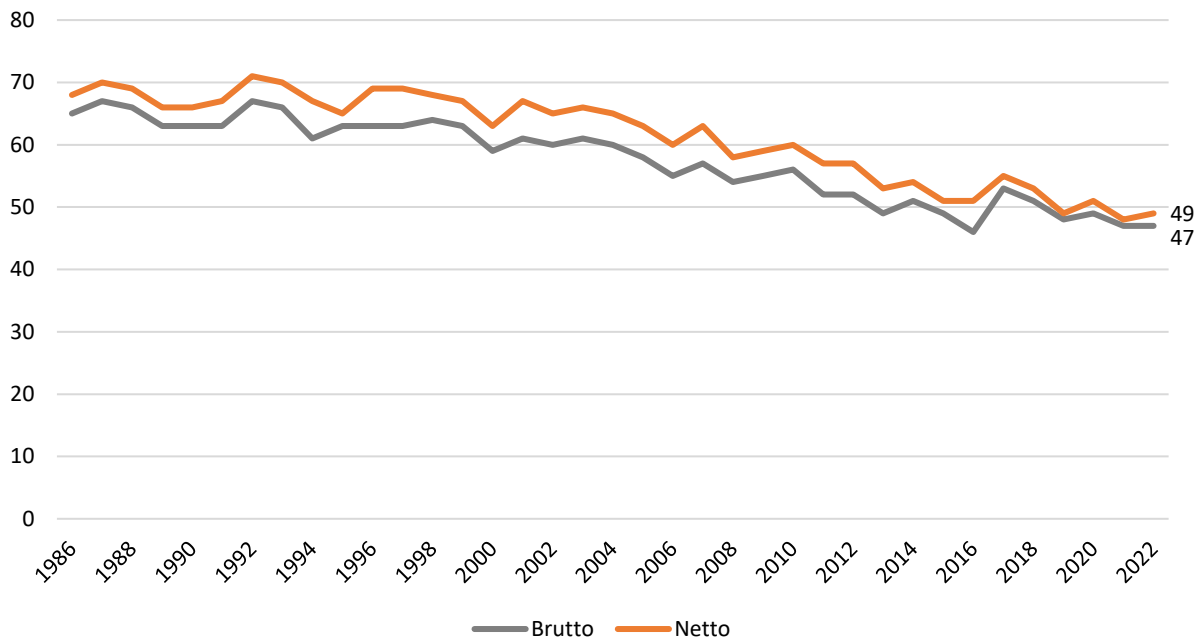
Från bruttourvalen räknar vi bort ett så kallat naturligt bortfall. Det naturliga bortfallet redogörs för senare i rapporten. Det kvarvarande nettourvalet ligger till grund för redovisningar av undersökningarnas svarsfrekvens. Nettosvarsfrekvensen för den nationella SOM-undersökningen 2022 var 49 procent. Inom editionerna av den nationella SOM-undersökningen varierade nettosvarsfrekvensen mellan 46 och 51 procent.

Tabell 11 Svartsfrekvens för den nationella SOM-undersökningen 2022 totalt och per edition

	Totalt	Edition 1	Edition 2	Edition 3	Edition 4	Edition 5	Edition 6	Edition 7
Bruttourval	26 250	3 750	3 750	3 750	3 750	3 750	3 750	3 750
Naturligt bortfall	953 (3,6%)	138 (3,7%)	133 (3,5%)	137 (3,7%)	139 (3,7%)	123 (3,3%)	134 (3,6%)	149 (4,0%)
Nettourval	25 297	3 612	3 617	3 613	3 611	3 627	3 616	3 601
Vägran	1 137	190	174	135	169	153	146	170
Ej anträffade	11 816	1 752	1 686	1 652	1 695	1 669	1 675	1 687
Antal svarande	12 344	1 670	1 757	1 826	1 747	1 805	1 795	1 744
Svartsfrekvens brutto	47%	45%	47%	49%	47%	48%	48%	47%
Svartsfrekvens netto	49%	46%	49%	51%	48%	50%	50%	48%

Historiskt har SOM-undersökningarna uppvisat en mycket hög svartsfrekvens med en genomsnittlig nettosvartsfrekvens för alla de nationella undersökningarna 1986–2022 på 61 procent medan motsvarande siffra för bruttosvartsfrekvensen är 57 procent (figur 4). Svartsfrekvensen har, precis som i många andra undersökningsserier, sjunkit i jämn takt sedan början på 1990-talet till följd av lägre kontaktgrad och fler svartsvägrare. I och med de instiftade incitamenten uppvisade dock undersökningen en tillfälligt stigande svartsfrekvens år 2017. Skillnaden mellan brutto- och nettosvartsfrekvensen i 2022 års undersökning är 2 procentenheter, vilket är på ungefär samma nivå som de legat på de senaste åren (se figur 4).

Figur 4 Brutto- och nettosvarsfrekvens i den nationella SOM-undersökningen 1986–2022 (procent)



Av tabell 12 framgår hur svarsbenägenheten i den nationella SOM-undersökningen varierar med könstillhörighet, ålder och geografisk hemvist över tid. I likhet med erfarenheterna från tidigare års SOM-undersökningar svarar kvinnor i större utsträckning än vad män gör. Av kvinnorna svarade 51 procent och av männen svarade 47 procent på SOM-undersökningen 2022. Denna könsskillnad är relativt konstant över tid då den genomsnittliga skillnaden i svarsfrekvens sedan millennieskiftet är 5 procentenheter. Skillnaden mellan kvinnors och mäns svarsfrekvens i de sju editionerna varierar med mellan två och fem procentenheter. Utöver det traditionellt lägre antalet svarande i Stockholm och Sydsverige går det inte att se några mönster i svarsfrekvensen för de olika geografiska regionerna i Sverige. Representativiteten i olika åldersgrupper medför 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 har varit sluttande. Införandet av incitament från och med 2017 års undersökningar var ett försök att hantera denna problematik, och trisslotter visade sig vara en mer effektiv belöning i de yngre åldersgrupperna än i de äldre (Arkhede, Oscarsson & Vernersdotter, 2017).

Tabell 12 Nettosvarsfrekvens i olika grupper i den nationella SOM-undersökningen, 2002–2022 (procent)

		2002	2004	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	Antal netto-urval 2022	
	Samtliga	65	65	60	58	59	60	57	57	52	54	51	51	55	53	49	51	48	49	46	49	51	48	50	50	48	25 297	
Kön	Kvinnor	69	67	64	62	61	64	60	58	54	56	54	53	58	55	51	54	52	51	48	50	52	51	50	52	51	12 953	
	Män	62	63	57	55	56	57	54	55	49	51	49	48	52	51	47	48	45	47	44	47	49	45	49	47	46	12 344	
Ålder	15–19 år ¹	61	55	49	46																							
	16–19 år					48	50	46	42	39	38	37	36	46	43	40	40	34	37	32	39	41	40	39	33	34	1 442	
	20–24 år	61	55	43	41	43	42	36	38	32	31	29	31	35	36	33	34	29	33	28	33	38	30	29	35	35	1 642	
	25–29 år	60	57	50	44	44	42	41	42	36	37	35	34	39	37	32	36	30	33	32	35	30	32	38	30	38	1 959	
	30–39 år	57	59	54	51	50	48	47	43	41	43	40	39	46	45	39	41	36	40	39	40	41	38	42	38	41	4 289	
	40–49 år	64	61	59	54	55	58	54	53	49	49	47	47	52	48	42	47	44	44	41	41	47	45	43	45	42	3 957	
	50–59 år	69	69	67	65	66	67	63	63	57	59	56	54	57	54	52	52	52	51	49	47	54	53	53	53	50	4 079	
	60–69 år	76	78	73	75	74	76	74	74	69	71	69	68	69	67	65	65	64	59	54	65	63	53	61	62	56	2 152	
	70–79 år	71	79	71	76	73	81	77	77	72	76	74	75	78	74	72	73	70	66	63	67	68	68	64	68	64	3 101	
	80–85 år	66	65	67	65	70	76	73	70	63	65	71	67	70	72	65	64	66										
	80–90 år																		67	67	66	66	64	67	71	64	2 676	
Region	Stockholm	60	61	56	53	57	55	52	52	50	51	47	47	51	50	47	49	46	46	44	45	47	44	45	49	47	5 905	
	Östra Mellansverige	64	65	63	60	58	60	58	55	53	54	51	53	57	53	50	51	49	49	49	47	53	48	50	49	45	4 220	
	Småland och öarna	68	70	62	61	62	66	59	60	52	58	53	52	58	56	51	50	50	51	48	53	53	51	55	49	52	2 157	
	Sydsverige	69	64	58	55	58	57	56	57	50	50	52	50	53	53	47	51	46	48	44	50	48	48	49	50	45	3 795	
	Västsverige	65	67	60	60	60	62	58	59	54	56	55	53	58	55	50	53	49	51	49	52	51	51	51	50	52	5 073	
	Norra Mellansverige	67	61	62	63	58	63	59	58	52	53	50	49	56	52	50	51	49	50	45	48	52	51	52	51	49	2 037	
	Mellersta Norrland	69	69	60	57	59	63	63	62	57	58	55	54	58	57	52	53	51	52	39	54	58	60	53	56	49	885	
	Övre Norrland	67	71	64	65	61	65	58	60	51	53	52	52	58	56	54	53	51	51	47	43	55	46	56	52	55	1 235	

Kommentar: Resultaten baseras på registerdata från Skatteverkets registertjänst *Navet*. ¹15-åringarna ingår inte i SOM-undersökningarna fr.o.m. 2009 varför resultaten inte är helt jämförbara beträffande yngsta åldersgruppen. *Endast edition 1–4.

Kontaktgrad

En grundförutsättning för att få svar på SOM-undersökningarna är att enkäterna når de som blivit utvalda att delta i respektive 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 och SMS.

Kontaktgraden avser andel personer i urvalet som vi var i kontakt med under undersökningens fältperiod. Samtliga personer i urvalet som på något sätt återkopplat till SOM-institutet 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 13 är således en indikation på både kontaktsvårigheter och ointresse att svara. Kontaktgraden har minskat stadigt sedan 2011, men i och med SMS- och telefoninsatser, samt eventuellt kopplat till de införda incitamenten, såg vi en tillfällig utjämning 2017. Under 2019 minskade dock kontaktgraden betydligt. Huvudanledningarna till den stora minskningen var att insatserna med telefonpåminnelser togs bort, att färre personer återkopplade till SOM-institutet samt ökade svårigheter att etablera telefonnummer till personerna i urvalet då bara mobilnummer nummersätts för sms-påminnelser. Under 2021–2022 minskar kontaktgraden återigen betydligt jämfört med 2020, främst till följd av lägre svarsfrekvens och att personer i lägre utsträckning hörde av sig till SOM-institutet. Totalt återkopplade nästan 52 procent av urvalet i den nationella SOM-undersökningen 2022 på något sätt till SOM-institutet.

Tabell 13 Bekräftad kontakt i den nationella SOM-undersökningen 2011–2022 (procent)

	Kontakt	Ej kontakt	Summa
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
2017	70,0	30,0	100
2018	66,3	33,6	100
2019	55,1	44,9	100
2020	56,8	43,2	100
2021	51,8	48,2	100
2022	52,4	47,6	100

Kommentar: Kategorin kontakt innefattar alla som SOM-institutet haft bekräftad kontakt med, d.v.s. alla som avböjt sin medverkan via någon av sms-påminnelserna, svarat på enkäten eller bortfallsenkäten eller hört av sig till SOM-institutet och meddelat att de inte önskar delta i undersökningen.

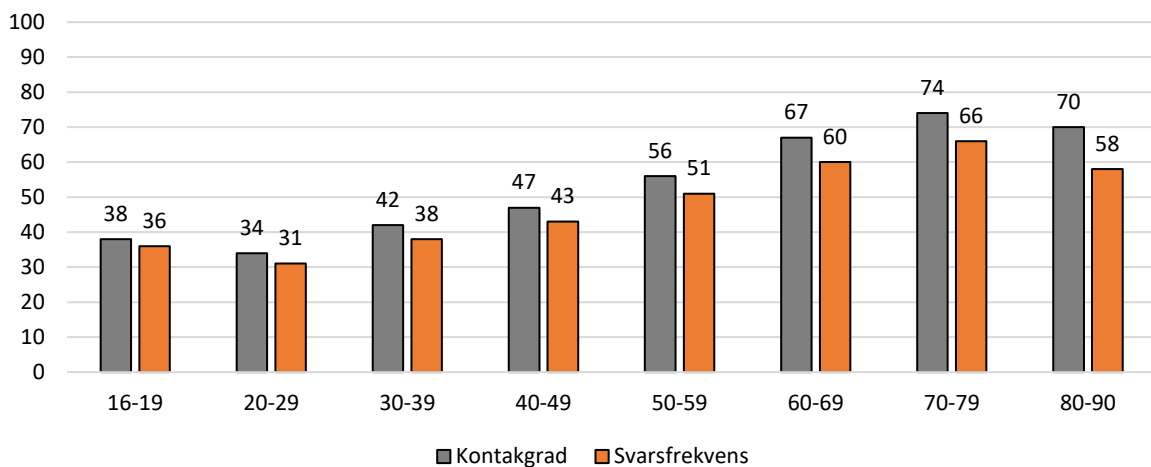
Kontaktgraden, som redovisas i detalj i tabell 14, visar bland annat att andelen postreturer (och därmed adress okänd) har varit relativt stabil sedan 2011. Andelen som inte gått att telefonnummersätta (och därmed utan telefonnummer) ökade stort 2019 jämfört med 2018. Huvudanledningen är att vi inte längre telefonnummersätter fasta telefonnummer utan enbart mobilnummer på grund av borttagandet av telefonpåminnelser. Det som tydligast demonstrerar minskningen i kontaktgrad mellan 2020 och 2021–2022 visas i den minskande andelen vi får kontakt med men som inte skickar in enkäten och andelen som fyller i och skickar in enkäten.

Tabell 14 Kontaktmönster i den nationella SOM-undersökningen 2011–2022 (procent)

	Ej kontakt				Kontakt		Summa procent	Antal
	Adress okänd, utan telefonnummer	Adress okänd, med telefonnummer (ej svar på telefon)	Adress känd utan telefonnummer	Adress känd med telefonnummer (ej svar på telefon)	Ej inskickad enkät	Enkät ifyllt och inskickad		
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
2017	1,6	0,1	20,3	7,9	17,0	53,0	100	20 400
2018	1,6	0,1	20,1	11,9	14,9	51,4	100	21 000
	Adress okänd utan mobilnummer	Adress okänd med mobilnummer	Adress känd utan mobilnummer	Adress känd med mobilnummer	Ej inskickade enkät	Enkät ifyllt och inskickad		
2019	1,5	0,3	27,1	15,9	7,2	47,9	100	21 000
2020	1,9	0,4	28,3	12,6	7,3	49,5	100	22 500
2021	2,0	0,5	30,9	14,8	5,2	46,6	100	24 500
2022	2,3	0,2	32,5	12,5	5,4	47,0	100	26 250

Figur 5 visar hur kontakt- och svarsmonster 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 38 procent. Kontaktgraden ökar stadigt upp i åldrarna och bland dem i åldrarna 70–79 år är det endast 26 procent som vi inte har någon bekräftad kontakt med. Differensen mellan bruttosvarsfrekvensen och bekräftad kontakt är mellan 2 och 12 procentenheter för samtliga åldersgrupper. Äldre hör i högre utsträckning av sig via post eller telefon till SOM-institutet, själva eller genom ombud, för att avanmäla sin medverkan.

Figur 5 Bekräftad kontaktgrad och bruttosvarsfrekvens i olika åldrar i den nationella SOM-undersökningen 2022 (procent)



Svarsbortfall

Av de 13 906 personer som inte svarade på den nationella SOM-undersökningen 2022 var det 1 820 personer som SOM-institutet fick information kring varför de inte ville eller kunde delta i undersökningen. Det här avsnittet handlar om dessa personer.

Svarsbortfall och svarsvägran riskerar att leda till avvikelser från representativiteten mellan population och svarsgrupp, 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: direkt från respondenter eller anhöriga som hört av sig under fältarbetets gång, via den bifogade bortfallsenkäten med frågor om varför man inte önskar eller kan delta i undersökningen som följer med i sista påminnelsen och via länken att avböja sin medverkan i de tre sista sms-påminnelserna samt via Skatteverkets befolkningsregister.

Naturligt bortfall kallas den grupp av urvalet som inte *kan* delta i undersökningen på grund av att de är fysiskt eller mentalt oförmögna, avlidna, emigrerade eller har språksvårigheter som förhindrar dem från att fylla i enkäten. I undersökningen 2022 bestod den gruppen av 987 personer. Dessa personer avförs från bruttourvalet och inkluderas därmed inte i basen för beräkningarna av nettosvarsfrekvensen för SOM-undersökningarna.

Det naturliga bortfallet utgörs till största del av "adress okänd/flyttat" (tabell 15), se dock även information om täckningsfel i avsnitt 2. En mindre grupp utgörs av "fysiskt/mentalt oförmögen att svara" samt personer som registrerats som avlidna under fältperioden. De minsta grupperna naturligt bortfall utgörs av de som bor utomlands eller är bortresta under längre tid och därför inte är bosatta på den adress de är skrivna på i Sverige samt "ej svensktalande/språksvårigheter".

Tabell 15 Kategorier av naturligt bortfall i den nationella SOM-undersökningen 2022 (procent)

Anledning	Procent
Fysiskt/mentalt oförmögen att svara	15
Adress okänd/flyttat	68
Bor utomlands/bortrest på längre tid	5
Ej svensktalande/språksvårigheter	3
Avliden	9
Summa procent	100
Antal personer	987

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 registrerades även andra anledningar till att inte delta i undersökningarna. Genom att respondenterna på eget initiativ kontaktade SOM-institutet eller svarade på den bortfallsenkät som de kom till om de avböjde sin medverkan i någon av de tre sista sms-påminnelserna möjliggjordes en kartläggning över av vilka anledningar personer valde att inte svara på SOM-undersökningarna. I undersökningen 2022 uppgick den gruppen till 831 personer. Kategoriseringen av olika anledningar gjordes efter ett förutbestämt kodschema men av olika personer

(tabell 16). Andelen i respektive kategori ska därför tolkas med försiktighet men fungerar trots det som en fingervisning om av vilka anledningar de som hör av sig, men väljer att avstå att svara på undersökningarna, anger.

Tabell 16 Specificerade skäl till att inte vilja delta i den nationella SOM-undersökningen 2022 (procent)

Anledning	Procent
Har inte tid	27
För många frågor	8
Vill av princip inte delta	20
Frågorna är ointressanta	3
Litar ej på anonymiteten	5
Frågorna är för svåra	2
Annat/ej uppgett specifikt skäl	35
Summa procent	100
Antal personer	831

Kommentar: De som, genom att klicka på en länk i ett påminnelse-sms, avböjde att delta i undersökningen men inte uppgett en anledning ingår ej i redovisningen. Se tabell 9 för redovisning av sms-utskick och möjligheten att avböja sin medverkan.

Utöver annat/ej uppgett specifikt skäl är det tidsbrist och principiella skäl som är de vanligaste orsakerna att inte svara. I 2022 års nationella undersökning var det knappt 30 procent som angav tidsbrist som främsta skäl till att avstå och en femtedel av personerna med en känd orsak till svarsvägran som angav principiella skäl. Åtta procent avstod från att svara på undersökningarna för att frågorna var för många att besvara.

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 systematiskt skiljer 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. 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. För närvarande pågår en ny studie på SOM-institutet med uppdaterade vikter som på nytt kommer undersöka effekten av träffsäkerhet på olika frågor i undersökningen. Studien planeras publiceras senare under 2023.

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 lägre 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 17 och 20 redovisas bruttourvalet, nettourvalet och svarsgruppens representativitet i fråga om kön, ålder och födelseland relativt befolkningen. Alla jämförelser avser den del av befolkningen som urvalet representerar, det vill säga Sveriges befolkning i åldrarna 16 till 90 år.

Fördelningen mellan kvinnor och män är 50/50 i befolkningen och så även i urvalet (vid avrundning till heltal). Bland de svarande i den nationella SOM-undersökningen är fördelningen 51/48 (tabell 17) med fördel kvinnor. I alla separata editioner är andelen kvinnor som svarat på undersökningen högre än i urvalet och omvänt för män.

Tabell 17 Könsfördelning bland urval och svarande jämfört med svenska befolkningen, den nationella SOM-undersökningen 2022 (procent)

	Befolkningsunderlag	Kvinnor	Män	Summa
	Befolkningen	50	50	100
Den nationella SOM-undersökningen edition 1–7	Bruttourval	50	50	100
	Nettourval	50	50	100
	Svarande totalt	52	48	100
<i>Edition 1</i>	<i>Bruttourval</i>	49	51	100
	<i>Nettourval</i>	49	51	100
	<i>Svarande</i>	51	49	100
<i>Edition 2</i>	<i>Bruttourval</i>	50	50	100
	<i>Nettourval</i>	50	50	100
	<i>Svarande</i>	52	48	100
<i>Edition 3</i>	<i>Bruttourval</i>	50	50	100
	<i>Nettourval</i>	50	50	100
	<i>Svarande</i>	52	48	100
<i>Edition 4</i>	<i>Bruttourval</i>	49	51	100
	<i>Nettourval</i>	49	51	100
	<i>Svarande</i>	52	48	100
<i>Edition 5</i>	<i>Bruttourval</i>	50	50	100
	<i>Nettourval</i>	51	49	100
	<i>Svarande</i>	51	49	100
<i>Edition 6</i>	<i>Bruttourval</i>	50	50	100
	<i>Nettourval</i>	50	50	100
	<i>Svarande</i>	53	47	100
<i>Edition 7</i>	<i>Bruttourval</i>	50	50	100
	<i>Nettourval</i>	50	50	100
	<i>Svarande</i>	52	48	100

Kommentar: Data om befolkningen, avgränsade till åldersintervallet 16–90 år, data om respektive urval är hämtade från registerdata, data om svarande från respondentens egen uppgift (registerdata i de fall uppgift saknas). Resultaten baseras delvis på data från Statistiska Centralbyrån.

En av de större skevheterna i representativitet hittar vi i åldersfördelningen bland svarspersoner jämfört med befolkningen. Åldersrepresentativiteten bland svarspersonerna skiljer sig mest åt från befolkningen bland 16–29-åringar som är underrepresenterade med sex procentenheter och 65–90-åringar som är överrepresenterade med nio procentenheter (tabell 18). Skevheten i åldersfördelningen är större bland män än bland kvinnor.

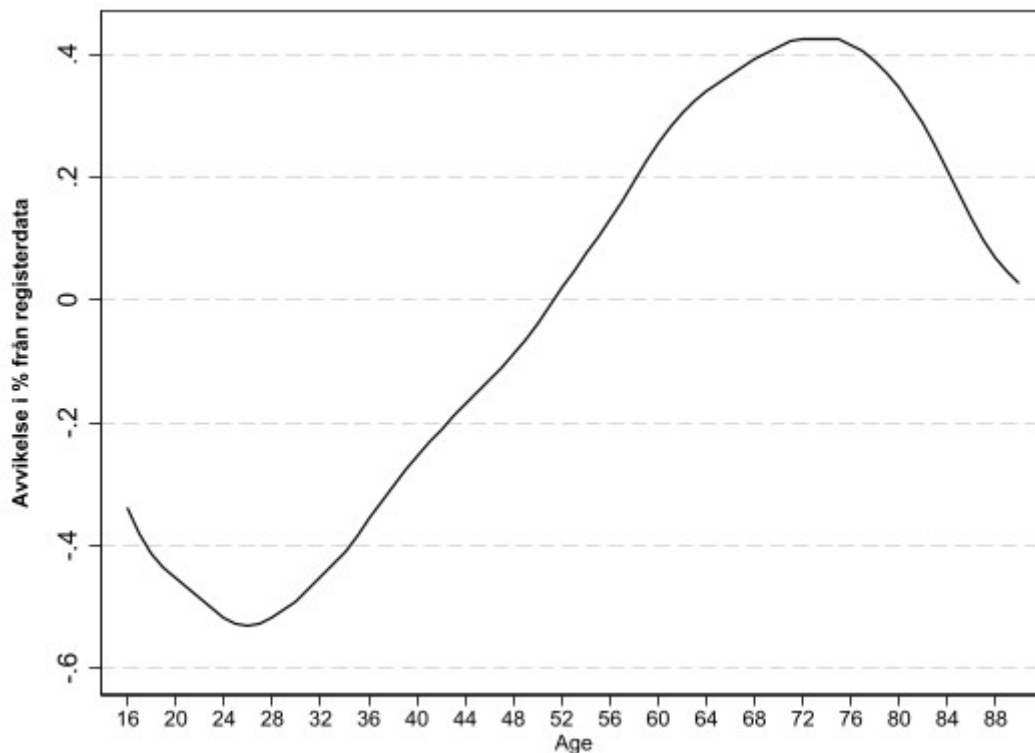
Tabell 18 Åldersgruppernas fördelning bland svarande och i urvalet jämfört med svenska befolkningen, den nationella SOM-undersökningen 2022 (procent)

	Befolkningsunderlag	16–29 år	30–49 år	50–64 år	65–90 år	Summa
	Befolkning					100
Den nationella SOM-undersökningen edition 1–7	Bruttourval	20	33	23	24	100
	Nettourval	20	33	23	24	100
	Svarande	14	28	25	33	100
<i>Edition 1</i>	<i>Bruttourval</i>	21	33	23	23	100
	<i>Nettourval</i>	20	33	24	23	100
	<i>Svarande</i>	13	29	26	32	100
<i>Edition 2</i>	<i>Bruttourval</i>	21	32	23	25	100
	<i>Nettourval</i>	20	31	23	25	100
	<i>Svarande</i>	15	26	25	35	100
<i>Edition 3</i>	<i>Bruttourval</i>	20	32	22	25	100
	<i>Nettourval</i>	20	33	22	24	100
	<i>Svarande</i>	14	29	25	32	100
<i>Edition 4</i>	<i>Bruttourval</i>	20	33	23	25	100
	<i>Nettourval</i>	19	33	24	24	100
	<i>Svarande</i>	13	28	26	33	100
<i>Edition 5</i>	<i>Bruttourval</i>	20	33	23	25	100
	<i>Nettourval</i>	19	33	23	25	100
	<i>Svarande</i>	14	28	26	33	100
<i>Edition 6</i>	<i>Bruttourval</i>	20	33	22	24	100
	<i>Nettourval</i>	20	34	23	24	100
	<i>Svarande</i>	13	28	25	34	100
<i>Edition 7</i>	<i>Bruttourval</i>	21	31	23	25	100
	<i>Nettourval</i>	20	31	24	25	100
	<i>Svarande</i>	15	26	26	33	100

Kommentar: Data om befolkningen, avgränsade till åldersintervallet 16–90 år, data om respektive urval är hämtade från registerdata, data om svarande från respondentens egen uppgift (registerdata i de fall uppgift saknas). Resultaten baseras delvis på data från Statistiska Centralbyrån.

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. Ju närmare nollstreckat kurvan löper desto bättre är representativiteten. Personer under 50 år är underrepresenterade i SOM-undersökningarna, speciellt 20 till 30-åringar medan de över 50 år är överrepresenterade och då speciellt de mellan 60 och 80 år. Figurens utformning känns igen från tidigare år och har under ett flertal år följt samma mönster i över-/underrepresentation.

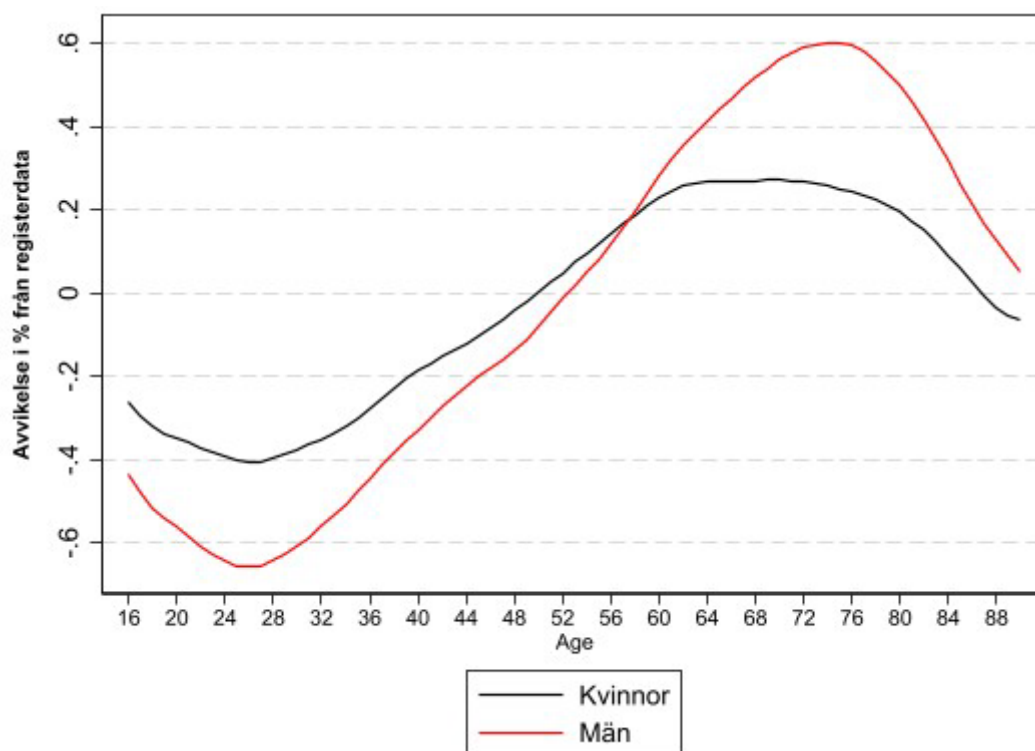
Figur 6 Åldersrepresentativitet i den nationella SOM-undersökningen i förhållande till befolkningen, 2022 (procentenheters avvikelse)



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 16–90 år, baseras på data från Statistiska Centralbyrån. Grafen utjämnande och baserad på fraktionen 0,3 av medelvärdet av totala antalet observationer för varje värde.

I figur 7 redovisas procentavvikelsen i svarsgruppen för 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 yngre, då män i något högre grad är underrepresenterade bland yngre svarande jämfört med kvinnor.

Figur 7 Åldersrepresentativitet i den nationella SOM-undersökningen efter kön i förhållande till befolkningen, 2022 (procentenheters avvikelse)



Kommentar: Se kommentar i figur 6.

Bland svarande är andelen som är födda i Sverige överrepresenterade jämfört med bruttourvalet (tabell 19). Utrikesfödda är däremot kraftigt underrepresenterade bland de svarande i undersökningen. En liten andel faller bort från urvalet som naturligt bortfall, med bristande språkkunskaper som dominerande skäl, men de flesta förvinner som svarsvägran/ej anträffade.

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 ofta är mindre etablerade i samhället – yngre och utrikesfödda – där födelseland står för den största skevheten.

Tabell 19 Andel födda i Sverige och utrikesfödda bland svarande och i urvalet i den nationella SOM-undersökningen 2022 (procent)

	Född i Sverige	Född i annat land i Norden	Född i annat land i Europa	Född i land utanför Europa
Bruttourval	78	2	7	13
Svarande	86	3	5	6
Δ Urval och svar	+8	+1	-2	-7

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.

Arkhede, S (2018). Effects of telephone reminders on survey response rates in the SOM-surveys. LORE methodological note 2018:1, Göteborgs universitet.

Bergquist, J., Lundmark, S., Sandelin, F. & Falk, E. (2022). The Effect of an Unconditional Symbolic Incentive. https://osf.io/y5hgq/?view_only=a301a1c91a574882b19865adcf79cf17

Falk, E., Lundmark, S. & Sandelin, F. (2022). Effects of diversified conditional incentives to individuals aged 18-39. https://osf.io/9btd4/?view_only=23f30d369e824f47b3929e6d854103d9

Falk, E., Sandelin, F., & Weissenbilder, M. (2022). Den nationella SOM-undersökningen 2021 - En metodöversikt. SOM-rapport 2022:3, Göteborgs universitet.

Falk E. & Sandelin, F. (2023). The effects of diversified incentives among two hard-to-reach groups in Sweden: persons aged 18-39 and persons born outside the Nordics. The SOM Institute's Notes on Survey Methodology – 2023:1, Göteborgs universitet.

Filmstaden (2022). Frågor och svar. <https://www.filmstaden.se/foretagsbiljetter/fragor-och-svar/> [Hämtad 2023-03-07]

Jansson, D., Tipple, F., & Weissenbilder, M. (2018). SOM-undersökningarna 2017 - En metodöversikt. SOM-rapport nr 2018:31, Göteborgs universitet.

Lundmark, S. & Sandelin, F. (2023). Push-to-web in the 2022 National and West Regional SOM Surveys. https://osf.io/tha7j/?view_only=a375f485d0ac4509b29f9f619b8ac2f7

Lundmark, S., Sandelin, F. & Falk, E. (2022). Do higher-value easy-to-use conditional incentives increase response rates, decrease non-response bias, and increase data quality among respondents born outside the Nordics compared to lottery incentives?.

https://osf.io/tekcm/?view_only=95da07015df0489f84eeefce2136cf9

Lundmark, S., Sandelin, F. & Rönnerstrand, B. (2022). The Effect of Adding Languages to Complete Self-administered Questionnaires on Response Propensities, Non-response Bias, and Data Quality. https://osf.io/p6vky/?view_only=135f12e530cd4600b33074a24e9e3366

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

Skatteverket (2023). Skatteverkets årsredovisning 2022.

<https://www.skatteverket.se/download/18.48cfd212185efbb440b2db9/1676993313236/arsredovisning-skatteverket-2022-skv165-utgava31.pdf>

Appendix I. SMS-påminnelser i den nationella SOM-undersökningen 2022

Utskick 1

Hej! Har du fått en enkät från SOM-institutet? Vi hoppas att du kan tänka dig att besvara den. [länk till enkät]. Som tack för din medverkan får du [en trisslott/ett presentkort värt 50 kronor skickat till dig på posten/en biobiljett skickad till dig på posten/ett presentkort värt 75 kronor på ICA skickat till dig på posten]. Tack! Johan Martinsson

Utskick 2

Hej igen! Vi på SOM-institutet vid Göteborgs universitet är fortfarande intresserade av dina svar. [länk till enkät]. Som tack får du [en trisslott/ett presentkort värt 50 kronor/en biobiljett/ett presentkort värt 75 kronor på ICA]. Vill du inte delta kan du klicka på följande länk: [länk]. Tack! Johan Martinsson

Utskick 3

Hej igen! SOM-undersökningen pågår fortfarande och ditt svar är viktigt. [länk till enkät]. Som tack får du [en trisslott/ett presentkort värt 50 kronor/en biobiljett/ett presentkort värt 75 kronor på ICA]. Vill du inte delta kan du klicka på följande länk: [länk]. Tack! Johan Martinsson

Utskick 4

Hej igen! SOM-undersökningen pågår fram till årsskiftet. [länk till enkät]. Som tack får du [en trisslott/ett presentkort värt 50 kronor/en biobiljett/ett presentkort värt 75 kronor på ICA]. Resultaten presenteras under våren 2023. Vill du inte delta kan du klicka på följande länk: [länk]. Tack! Johan Martinsson

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 | www.gu.se/som-institutet

