

Den nationella SOM-undersökningen 2023
- En metodöversikt

[SOM-rapport nr 2024:4]



Innehåll

1 Inledning.....	1
2 Population och urval.....	2
Population	2
Urval	2
3 Frågeformulär.....	3
Pappersformulärens utformning och innehåll	3
Webbformulärens utformning och innehåll.....	4
4 Datainsamling.....	4
Webb svar.....	5
Vem svarar på webben och hur?.....	5
5 Fältarbete	6
Experiment i SOM-undersökningen 2023	7
Fältplan och insatser	8
Postala påminnelser	9
SMS-påminnelser.....	10
Avböja medverkan.....	10
6 Inflow.....	11
7 Svarsfrekvens och bortfall	13
Kontaktgrad	16
Svartsbortfall.....	18
8 Representativitet.....	19
Svarsgruppens sammansättning	19
Referenser	24
Appendix I. SMS-påminnelser i den nationella SOM-undersökningen 2023	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 2023 genomfördes tre parallella undersökningar: den 38:e nationella SOM-undersökningen, den 32:a västsvenska SOM-undersökningen samt den åttonde SOM-undersökningen i Göteborg.

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 framför allt 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 2023.¹ Utöver denna rapport finns även motsvarande rapporter för den västsvenska SOM-undersökningen 2023 och SOM-undersökningen i Göteborg 2023. 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 svarmönster, bortfall och representativitet analyseras.

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

¹ Metodöversikten bygger på tidigare års metodrapporter, se Bergquist, J., Falk, E. & Weissenbilder, M. (2023).

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 2023 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 2023 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 mitten av augusti 2023 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 2023 det totala folkbokföringsfelet till 2,0 procent på nationell nivå (Skatteverket, 2024). 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 2023. Den nationella SOM-undersökningen hade 2023 ett totalt urval om 26 250 personer. Undersökningen gjordes i sju editioner som gick ut till ett urval om 3 750 personer vardera.

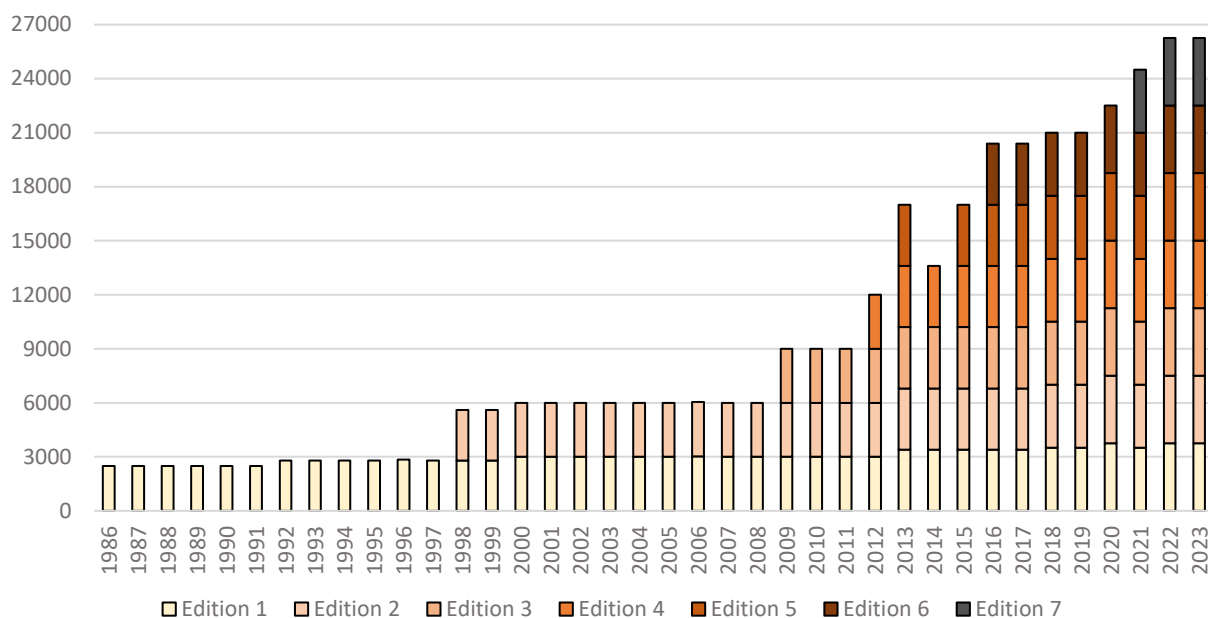
Tabell 1 Samtliga urval i 2023 års nationella SOM-undersökning

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. 2023 års undersökning var tredje gången som 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. Undersökningen 2023 hade samma urvalsstorlek, både totalt och per edition, som året innan.

Figur 1 Urval och editioner i de nationella SOM-undersökningarna 1986–2023



Urvalen drogs den 15 augusti 2023 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 2023 genomfördes huvudsakligen med postalt utskickade frågeformulär, men med möjlighet att besvara enkäten via webben. 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 2023 bestod samtliga formulär av en framsida, en förstasida med instruktioner och innehållsförteckning, 12 sidor med enkätfrågor och en baksida. De enskilda formulären var därmed totalt 16 sidor. Formulären var i likhet med tidigare års enkäter i A4-format. Tabell 2 ger en översikt över de olika formulären från 2023 års undersökningar.

Tabell 2 Formulärens innehåll, den nationella SOM-undersökningen 2023

Undersökning	Antal frågor	Sidor enkätfrågor	Totalt antal sidor
Edition 1	61	12	16
Edition 2	62	12	16
Edition 3	62	12	16
Edition 4	66	12	16
Edition 5	68	12	16
Edition 6	58	12	16
Edition 7	64	12	16

Huvuddelen av frågorna i den nationella SOM-undersökningen 2023 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 2023 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.

4 Datainsamling

Datainsamlingen för den nationella SOM-undersökningen 2023 ägde rum med start i september 2023 och pågick till och med slutet av december 2023. 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.

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

Webbsvar

I den nationella SOM-undersökningen 2023 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.

Tabell 3 visar andelen webbsvar i de nationella undersökningarna sedan 2012. Det var 2 874 personer, motsvarande 11 procent av bruttourvalet och 24 procent av de svarande som besvarade den nationella SOM-undersökningen digitalt 2023. I de nationella SOM-undersökningarna 2021 och 2022 genomfördes experiment där hälften respektive en tredjedel av urvalspersonerna erbjöds att besvara enkäterna *enbart* på webb vid första utskicket, vilket inte är fallet i undersökningen 2023. Som konsekvens av detta är andelen webbsvar lägre i årets undersökning än de senaste två åren.

Tabell 3 Andel webbsvar för de nationella SOM-undersökningarna 2012–2023 (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
Nationella SOM-undersökningen 2023	2 874	23,7

Vem svarar på webben och hur?

Under de tolv år som webbsvar varit ett alternativ i SOM-undersökningarna har svarmönstret 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 2023 var det omkring 56 procent av de svarande mellan 20 och 29 år som valde att svara på webben. Motsvarande andel i gruppen 60–69 åringar var 15 procent och i gruppen 70–79 åringar sju procent. Andelen män som svarar på webben (26 procent) är inte signifikant skild från andelen kvinnor (22 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 (tre procent) eller på papper (sex procent). Denna skillnad är dock inte statistiskt signifikant 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 34 procent av de digitala svaren på den nationella SOM-undersökningen 2023 från en dator, 64 procent från en mobiltelefon och resterande 1 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
Den nationella SOM-undersökningen 2023	34	65	1

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 16–59 åringar är mobilen det vanligaste verktyget att svara på av de som svarar på webben. I gruppen 60–90-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, likt tabell 5 visar. I årets undersökning skickades en QR-kod med direktinlogg till enkäten ut till samtliga urvalspersoner. En tydlig trend syns även här, där de yngre åldersgrupperna i högre utsträckning väljer att logga in via QR-kod, jämfört med de äldre åldersgrupperna. Män är mer benägna att logga in via webblänk och kvinnor via QR-kod.

Tabell 5 Andel som använt olika logintyper (procent)

Undersökning	Andel login via webblänk	Andel login via QR-kod	Andel login via SMS-länk
Den nationella SOM-undersökningen 2023	36	55	9

5 Fältarbete

Fältarbetet för 2023 års nationella SOM-undersökning följde i stora drag samma upplägg som för tidigare år (Bergquist, Falk & Weissenbilder, 2023), med några nämnvärda ändringar som kommer att avhandlas under denna rubrik. Utskick och insamling av enkäter utfördes för sjunde 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 18 september och varade i 103 dagar, vilket är ungefär lika långt som under de senaste åren. Undersökningen stängde den 30 december.

Experiment i SOM-undersökningen 2023

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 (Arkhed, 2018) och införandet av incitament för att delta i undersökningen (Arkhed, 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 2023 års undersökningar. Det ena experimentet utgick från resultatet av ett incitamentsexperiment som genomfördes 2022 (Sandelin & Falk, 2024). Incitamentsexperimentet 2023 syftade till att se om incitament med ett högre monetärt värde kunde öka svarsfrekvensen hos personer under 40 år³, en grupp som i lägre utsträckning svarar på undersökningen. Experimentet genomfördes i den nationella och den västsvenska SOM-undersökningen. Två olika incitament erbjöds utöver den sedvanliga trisslotten i experimentet. Det ena var ett presentkort på valfri matvarukedja värt 50 SEK och det andra ett presentkort på valfri matvarukedja värt 75 SEK. Resultaten av det första incitamentsexperimentet visade att presentkortet till ett värde av 75 SEK på valfri matvarukedja hade en positiv påverkan på svarsfrekvensen 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 [i experimentets förregistreringstext](#) (Sandelin, Falk & Lundmark, 2023).

Det andra incitamentsexperimentet syftade till att öka svarsfrekvensen hos utomnordiskt födda och genomfördes i SOM-undersökningen i Göteborg 2023. I detta experiment testades presentkort på valfri matvarukedja värt 75 SEK och presentkort på Espresso house värt 100 SEK mot trisslotten. Resultaten av det andra incitamentsexperimentet visade att presentkortet till ett värde av 75 SEK på valfri matvarukedja påverkade svarsfrekvensen positivt jämfört med trisslotten utan att ge upphov till färre andel kompletta svar. En utförligare beskrivning av experimentet och planerade analyser för framtida publikation finns att ta del av [i experimentets förregistreringstext](#) (Sandelin, Falk & Lundmark, 2023).

Vidare genomfördes ett experiment för att utvärdera effekten av SMS-påminnelser med olika inloggningssätt till webbenkäten. Syftet med experimentet var att utvärdera hur en sänkt tröskel för att starta enkäten påverkar respondenternas svarsbenägenhet samt kvaliteten på insamlad data. Experimentet genomfördes i samtliga undersökningar med undantag för SOM-undersökningen i Göteborg.⁴ I experimentet fick en tredjedel av det telefonnummersatta urvalet ett SMS med länk och inloggningsuppgifter till enkäten, en tredjedel fick ett SMS utan länk men med hänvisning till enkäten och en tredjedel fick inget SMS alls. För att inte gå miste om potentiella svar sent i fältperioden fick samtliga som ännu inte svarat på enkäten en SMS-påminnelse vid fjärde SMS-utskicket.

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 Experimentet avseende variation i SMS-inlogg genomfördes inte i SOM-undersökningen i Göteborg.

Det genomfördes även ett experiment med syfte att undersöka om utskick av godis kan ha en positiv effekt på svarsfrekvensen. Experimentet bestod av två delar, varav den första delen utgör en replikation av ett experiment som genomfördes 2022 och vars detaljerade beskrivning finns att ta del av [i experimentets förregistreringstext](#) (Bergquist, Lundmark, Sandelin & Falk, 2022). I experimentets första del mottog halva urvalet i alla undersökningar en godis i samband med första inbjudan att delta i undersökningen. I experimentets andra del skickades en godis ut i samband med tredje inbjudan att delta i undersökningen till hälften av det urval som inte fick någon godis i första inbjudan. En utförligare beskrivning av experimentet och planerade analyser för framtida publikation finns att ta del av [i förregistreringstexten för 2023 års experiment](#) (Bergquist, Lundmark & Falk, 2023).

Slutligen genomfördes det ett experiment i SOM-undersökningen i Göteborg där en majoritet av urvalspersonerna som är födda utanför Norden och en mindre andel urvalspersoner födda inom Norden även gavs möjlighet att besvara enkäten på engelska och arabiska. En utförligare beskrivning av experimentet och planerade analyser för framtida publikation finns att ta del av [i experimentets förregistreringstext](#) (Lundmark, 2023).

Fältplan och insatser

2023 års SOM-undersökningar inleddes den 11 september 2023 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 åtta 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 samt en QR kod som tog respondenterna direkt till webbenkäten. Påminnelser via SMS innehöll antingen en länk till webbenkäten eller en hänvisning till enkätutskicken. 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.

Tabell 6 Fältinsatser i SOM-undersökningarna 2023

11 sept	Utskick av aviseringsvykort
18 sept	Utskick av Missiv 1 – formulär, informationsbroschyr, information på åtta språk, information om hur man besvarar enkäten på webben, svarskuvert och penna.
27 sept	Utskick av tack-/påminnelsevykort (med omslutande kuvert)
16 okt	Utskick av Missiv 2 – formulär och svarskuvert.
19 okt	Utskick av SMS 1 .
2 nov	Utskick av Missiv 3 – formulär och svarskuvert.
7 nov	Utskick av SMS 2 . Innehållande länk för att avböja medverkan i undersökningen.
20 nov	Utskick av Missiv 4 – formulär och svarskuvert.
23 nov	Utskick av SMS 3 . Innehållande länk för att avböja medverkan i undersökningen.
4 dec	Utskick av Missiv 5 – formulär, svarskuvert och bortfallsenkät.
7 dec	Utskick av SMS 4 . Innehållande länk för att avböja medverkan i undersökningen.
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 ett presentkort på valfri matvarukedja värt 50 SEK 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 (Arkhed, 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 4 januari 2024. Den sista registrerade enkäten inkom 2 januari. Vid datavalideringsprocessens slut oidentifierades 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 49 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 54 procent av urvalet vid fältperiodens början. Då 46 procent av det urval som gick till telefonnummersättning inte gick att telefonnummersätta blev enbart cirka 17 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 2023 års nationella SOM-undersökning.

Tabell 7 Andel telefonnummersatta (mobiltelefonnummer) per åldersgrupper, den nationella SOM-undersökningen 2023 (procent)

Samtliga	16–29 år	30–49 år	50–64 år	65–90 år
36%	25%	56%	61%	68%

Tabell 8 redovisar det övergripande upplägget för SMS-påminnelser i den nationella SOM-undersökningen 2023. Totalt fyra SMS gick ut. I samtliga SMS ingick antingen en länk eller en hänvisning till webbenkäten. I Appendix I finns en detaljerad beskrivning av samtliga SMS.

Tabell 8 SMS-utskick i den nationella SOM-undersökningen 2023

Utskick	Antal skickade SMS	Fältdag
1	5 474	31
2	4 398	50
3	3 986	66
4	4 515 ⁵	80

Avböja medverkan

I undersökningen 2023 fick de respondenter som inte ville delta möjligheten att från 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

⁵ Ökningen av antalet skickade SMS i utskick 4 förklaras närmare i avsnittet om experiment i SOM-undersökningen 2023.

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)

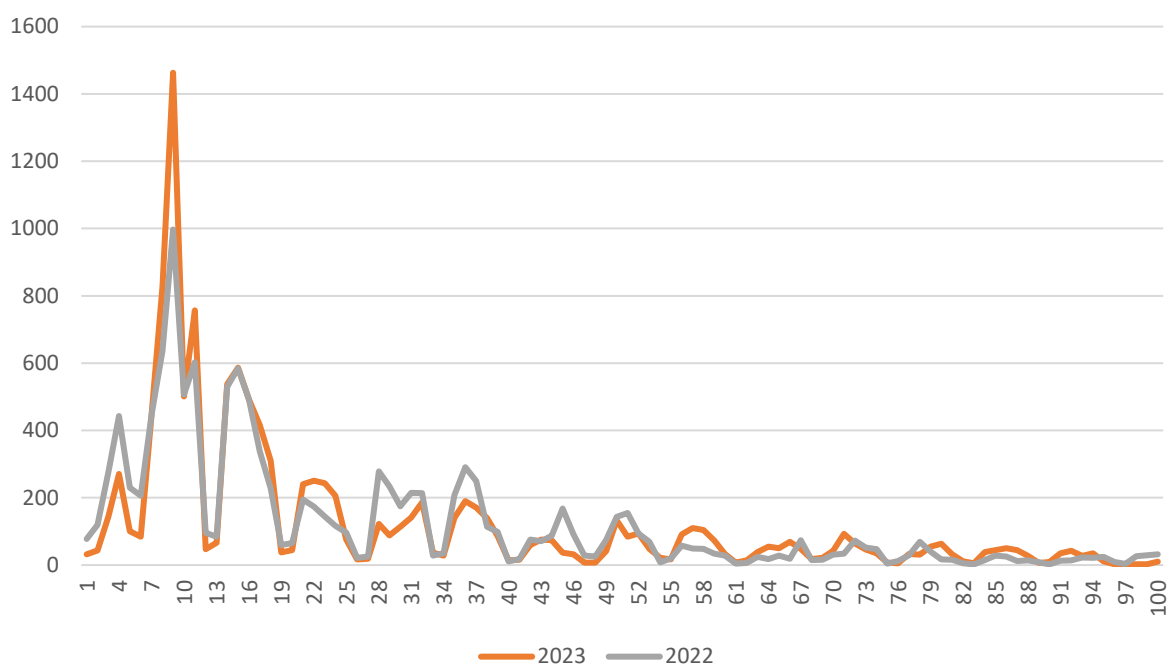
	Antal avböjd medverkan	Andel SMS-mottagare som avböjt medverkan	Andel av bortfall*
Den nationella SOM-undersökningen	1 830	13%	7%

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

6 Inflöde

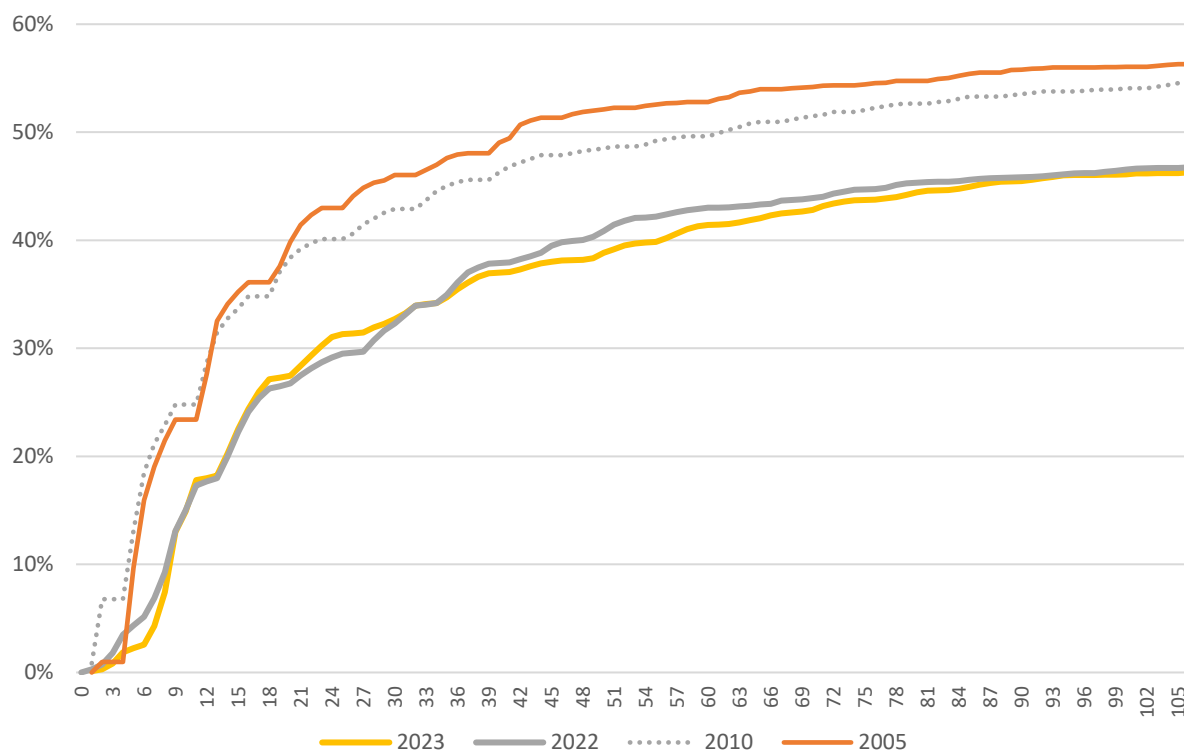
Den nationella SOM-undersökningen har under flera år uppvisat liknande inflödesmönster (se figur 2). De första dagarnas höga toppar och djupa dalar är resultatet av det stora inflödet under vardagar och avsaknaden av inflöde under helgdagar. Inflödet av ifyllda enkäter under fältperioden kommer i vågor,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

Figur 2 Inflöde per dag i den nationella SOM-undersökningen 2022–2023 (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 2023 års nationella SOM-undersökning 33 procent och 81 procent av de slutgiltiga svaren kom in före första november (se figur 3).

Figur 3 Kumulativt inflöde av enkäter i den nationella SOM-undersökningen 2005–2023 (kumulativ procent av bruttourvalet)



30 dagar in i fältperioden ligger som tidigare nämnt bruttosvarsfrekvensen på 33 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 2023 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 hos andelen 70–79 åringar. 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 2023 (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	7,7	12,6	12,8	16,4	17,8	20,2	9,1	100,0	18,0	18,1
Sista fältdagen	4,1	8,5	13,6	13,6	16,6	17,0	18,1	8,4	100,0	17,3	16,5
Δ fältdag 40 och sista fältdag	+0,1	+0,8	+1	+0,8	+0,2	-0,8	-2,1	-0,7	100,0	-0,7	-1,6

7 Svarsfrekvens och bortfall

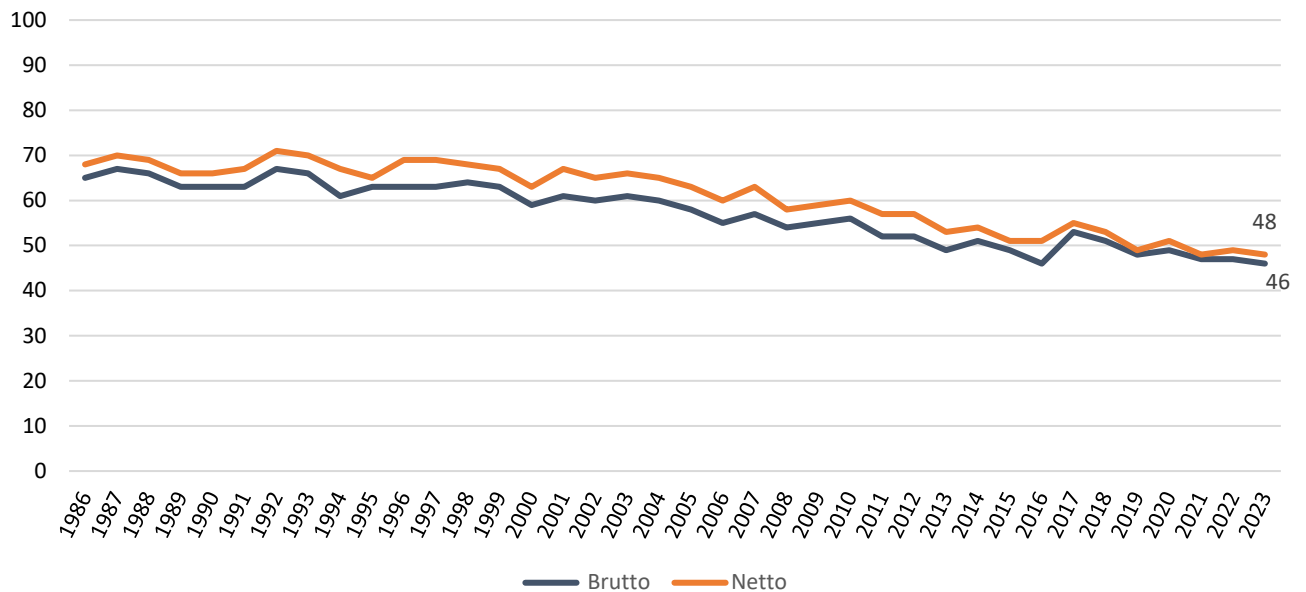
Från bruttourvalen räknar vi bort ett så kallat naturligt bortfall. Det naturliga bortfallet redogörs för senare i rapporten. Det kvarvarande nettourvalet ligger till grund för redovisningar av undersökningarnas svarsfrekvens. Nettosvarsfrekvensen för den nationella SOM-undersökningen 2023 var 48 procent. Inom editionerna av den nationella SOM-undersökningen varierade nettosvarsfrekvensen mellan 48 och 49 procent.

Tabell 11 Svartsfrekvens för den nationella SOM-undersökningen 2023 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	1 075 (4,1%)	162 (4,3%)	179 (4,8%)	148 (4,0%)	161 (4,3%)	154 (4,1%)	133 (3,5%)	138 (3,7%)
Nettourval	25 175	3 588	3 571	3 602	3 589	3 596	3 617	3 612
Vägran	2 100	351	287	297	306	273	288	350
Ej anträffade	10 932	1 508	1 583	1 534	1 563	1 591	1 577	1 576
Antal svarande	12 143	1 746	1 701	1 771	1 720	1 732	1 752	1 721
Svartsfrekvens brutto	46%	47%	45%	47%	46%	46%	47%	46%
Svartsfrekvens netto	48%	49%	48%	49%	48%	48%	48%	48%

Historiskt har SOM-undersökningarna uppvisat en mycket hög svartsfrekvens med en genomsnittlig nettosvartsfrekvens för alla de nationella undersökningarna 1986–2023 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 2023 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 1986–2023 (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 45 procent på SOM-undersökningen 2023. 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 mellan en och åtta procentenheter. Utöver det traditionellt något 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 (Arkhedde, Oscarsson & Vernersdotter, 2017).

Tabell 12 Nettosvarsfrekvens i olika grupper i den nationella SOM-undersökningen, 2002–2023 (procent)

		2004	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	Antal netto-urval 2022
	Samtliga	65	60	58	59	60	57	57	52	54	51	51	55	53	49	51	48	49	48	49	48	49	48	48	48	48	25 175
<i>Kön</i>	Kvinnor	67	64	62	61	64	60	58	54	56	54	53	58	55	51	54	52	51	51	50	51	52	51	51	52	48	12 586
	Män	63	57	55	56	57	54	55	49	51	49	48	52	51	47	48	45	47	45	47	44	46	44	45	44	47	12 589
<i>Ålder</i>	15–19 år ¹	55	49	46																							
	16–19 år				48	50	46	42	39	38	37	36	46	43	40	40	34	37	38	41	36	33	33	42	44	37	1 323
	20–24 år	55	43	41	43	42	36	38	32	31	29	31	35	36	33	34	29	33	28	30	27	28	26	27	31	30	1 684
	25–29 år	57	50	44	44	42	41	42	36	37	35	34	39	37	32	36	30	33	32	30	33	33	30	33	33	32	1 763
	30–39 år	59	54	51	50	48	47	43	41	43	40	39	46	45	39	41	36	40	37	37	39	41	36	36	38	35	4 418
	40–49 år	61	59	54	55	58	54	53	49	49	47	47	52	48	42	47	44	44	43	43	44	44	44	44	42	41	3 840
	50–59 år	69	67	65	66	67	63	63	57	59	56	54	57	54	52	52	52	51	50	50	51	55	51	48	48	50	4 008
	60–69 år	78	73	75	74	76	74	74	69	71	69	68	69	67	65	65	64	59	61	65	60	59	64	63	59	58	3 380
	70–79 år	79	71	76	73	81	77	77	72	76	74	75	78	74	72	73	70	66	69	69	64	69	70	72	71	71	3 166
	80–85 år	65	67	65	70	76	73	70	63	65	71	67	70	72	65	64	66										
80–90 år																	67	64	61	65	67	58	63	66	68	1 592	
<i>Region</i>	Stockholm	61	56	53	57	55	52	52	50	51	47	47	51	50	47	49	46	46	47	47	45	48	48	44	48	47	5 799
	Östra Mellansverige	65	63	60	58	60	58	55	53	54	51	53	57	53	50	51	49	49	49	50	48	51	50	48	47	48	4 230
	Småland och öarna	70	62	61	62	66	59	60	52	58	53	52	58	56	51	50	50	51	49	47	53	51	51	45	51	47	2 102
	Sydsverige	64	58	55	58	57	56	57	50	50	52	50	53	53	47	51	46	48	48	45	49	48	48	50	49	48	3 698
	Västsverige	67	60	60	60	62	58	59	54	56	55	53	58	55	50	53	49	51	49	49	49	48	47	50	50	48	5 159
	Norra Mellansverige	61	62	63	58	63	59	58	52	53	50	49	56	52	50	51	49	50	48	53	50	50	40	49	48	47	2 035
	Mellersta Norrland	69	60	57	59	63	63	62	57	58	55	54	58	57	52	53	51	52	50	50	44	55	53	46	47	56	869
	Övre Norrland	71	64	65	61	65	58	60	51	53	52	52	58	56	54	53	51	51	49	53	46	47	52	57	46	43	1 283

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. I 2023 års SOM-undersökning ökade kontaktgraden något, vilket grundar sig i en ökad telefonnummersättningsgrad. Totalt återkopplade 55,5 procent av urvalet i den nationella SOM-undersökningen 2023 på något sätt till SOM-institutet.

Tabell 13 Bekräftad kontakt i den nationella SOM-undersökningen 2011–2023 (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
2023	55,5	44,5	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.

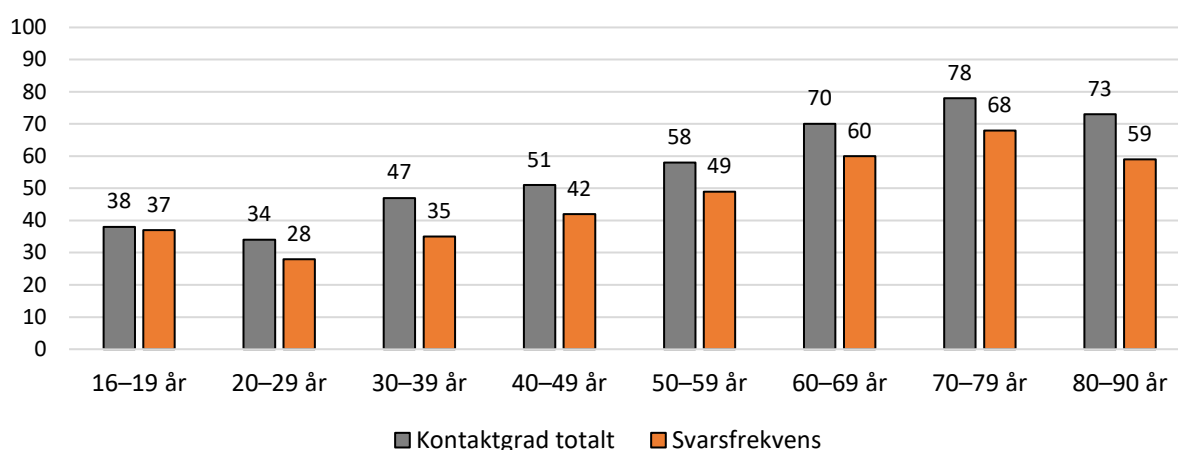
Kontaktgraden, som redovisas i detalj i tabell 14, visar bland annat att andelen postreturer (och därmed adress okänd) har varit relativt stabil sedan 2011. Andelen som inte gått att telefonnummersätta (och därmed utan telefonnummer) ökade stort 2019 jämfört med 2018. Huvudanledningen är att vi inte längre telefonnummersätter fasta telefonnummer utan enbart mobilnummer på grund av borttagandet av telefonpåminnelser. Det som tydligast demonstrerar ökningen i kontaktgrad 2023 visas i den ökade andelen telefonnummersätta som vi inte får kontakt med och andelen vi får kontakt med men som inte skickar in enkäten.

Tabell 14 Kontaktmönster i den nationella SOM-undersökningen 2011–2023 (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
2023	2,0	0,9	24,7	16,9	9,2	46,3	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 mellan 38 och 47 procent. Kontaktgraden ökar stadigt upp i åldrarna och bland dem i åldrarna 70–79 år är det endast 22 procent som vi inte har någon bekräftad kontakt med. Differensen mellan bruttosvarsfrekvensen och bekräftad kontakt är mellan 1 och 14 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 2023 (procent)



Svarsbortfall

Av de 14 107 personer som inte svarade på den nationella SOM-undersökningen 2023 var det 2 085 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 2023 bestod den gruppen av 1 128 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 2023 (procent)

Anledning	Procent
Fysiskt/mentalt oförmögen att svara	14
Adress okänd/flyttat	67
Bor utomlands/bortrest på längre tid	7
Ej svensktalande/språksvårigheter	4
Avliden	8
Summa procent	100
Antal personer	1 128

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 2023 uppgick den gruppen till 957 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 2023 (procent)

Anledning	Procent
Har inte tid	30
För många frågor	13
Vill av princip inte delta	20
Frågorna är ointressanta	2
Litar ej på anonymiteten	5
Frågorna är för svåra	0
Blandade skäl	2
Annat/ej uppgett specifikt skäl	28
Summa procent	100
Antal personer	957

Kommentar: De som, genom att klicka på en länk i ett påminnelse-sms, avböjde att delta i undersökningen men inte uppgav 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 2023 års nationella undersökning var det 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. Två procent avstod från att svara på undersökningarna för att frågorna var ointressanta.

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.

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, 18

och 19 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 53/47 (tabell 17) med fördel kvinnor. I alla separata editioner är andelen kvinnor som svarat på undersökningen högre än eller lika stor som i urvalet, medan andelen män som svarat på undersökningen antingen är lika stor eller mindre än i urvalet.

Tabell 17 Könsfördelning bland urval och svarande jämfört med svenska befolkningen, den nationella SOM-undersökningen 2023 (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	53	47	100
	<i>Edition 1</i>	<i>Bruttourval</i>	51	49
	<i>Nettourval</i>	51	49	100
	<i>Svarande</i>	53	47	100
<i>Edition 2</i>	<i>Bruttourval</i>	49	51	100
	<i>Nettourval</i>	49	51	100
	<i>Svarande</i>	52	47	100
<i>Edition 3</i>	<i>Bruttourval</i>	51	49	100
	<i>Nettourval</i>	51	49	100
	<i>Svarande</i>	54	46	100
<i>Edition 4</i>	<i>Bruttourval</i>	50	50	100
	<i>Nettourval</i>	50	50	100
	<i>Svarande</i>	53	47	100
<i>Edition 5</i>	<i>Bruttourval</i>	50	50	100
	<i>Nettourval</i>	50	50	100
	<i>Svarande</i>	53	47	100
<i>Edition 6</i>	<i>Bruttourval</i>	49	51	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>	50	50	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 sju procentenheter och 65–90-åringar som är överrepresenterade med tio procentenheter (tabell 18). Skevheten i åldersfördelningen är större bland män än bland kvinnor.

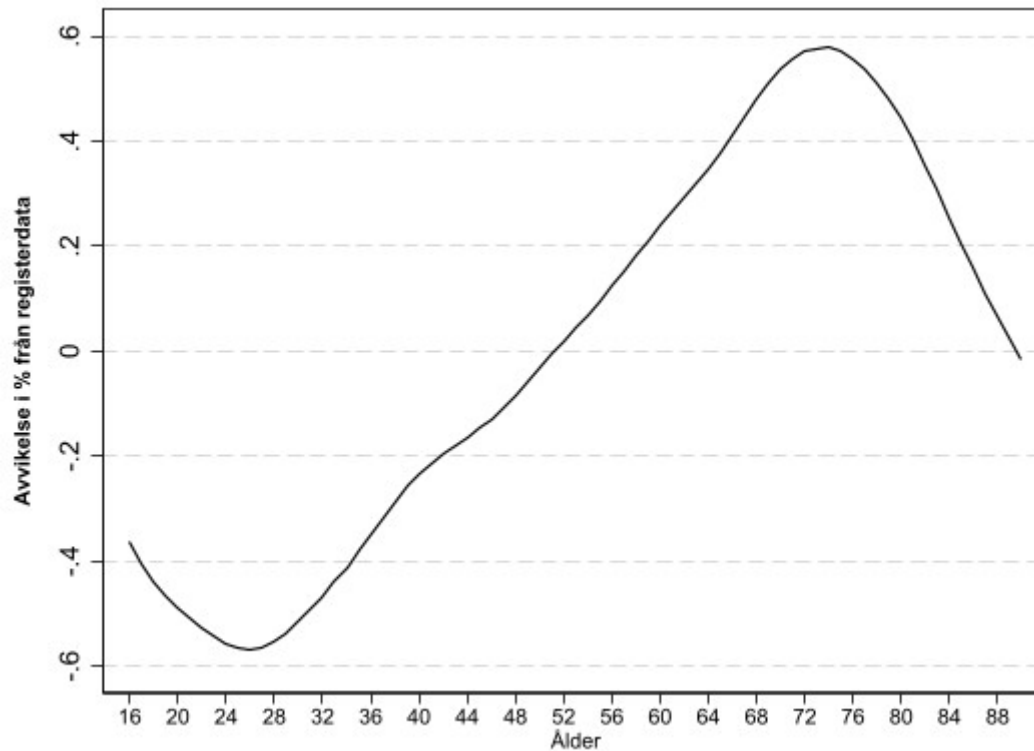
Tabell 18 Åldersgruppernas fördelning bland svarande och i urvalet jämfört med svenska befolkningen, den nationella SOM-undersökningen 2023 (procent)

	Befolkningsunderlag	16–29 år	30–49 år	50–64 år	65–90 år	Summa
	Befolkning	20	33	23	25	100
Den nationella SOM-undersökningen edition 1–7	Bruttourval	19	33	22	25	100
	Nettourval	19	33	23	25	100
	Svarande	13	27	25	35	100
<i>Edition 1</i>	<i>Bruttourval</i>	19	33	22	26	100
	<i>Nettourval</i>	19	33	22	26	100
	<i>Svarande</i>	12	27	23	37	100
<i>Edition 2</i>	<i>Bruttourval</i>	20	34	22	24	100
	<i>Nettourval</i>	19	34	23	25	100
	<i>Svarande</i>	13	29	26	32	100
<i>Edition 3</i>	<i>Bruttourval</i>	20	33	22	25	100
	<i>Nettourval</i>	20	33	22	25	100
	<i>Svarande</i>	12	28	25	34	100
<i>Edition 4</i>	<i>Bruttourval</i>	19	33	22	26	100
	<i>Nettourval</i>	18	33	22	26	100
	<i>Svarande</i>	11	28	26	36	100
<i>Edition 5</i>	<i>Bruttourval</i>	20	33	23	25	100
	<i>Nettourval</i>	19	33	23	24	100
	<i>Svarande</i>	13	27	25	35	100
<i>Edition 6</i>	<i>Bruttourval</i>	20	32	23	25	100
	<i>Nettourval</i>	19	32	24	26	100
	<i>Svarande</i>	14	26	24	36	100
<i>Edition 7</i>	<i>Bruttourval</i>	19	33	23	25	100
	<i>Nettourval</i>	19	32	24	25	100
	<i>Svarande</i>	13	26	25	36	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.

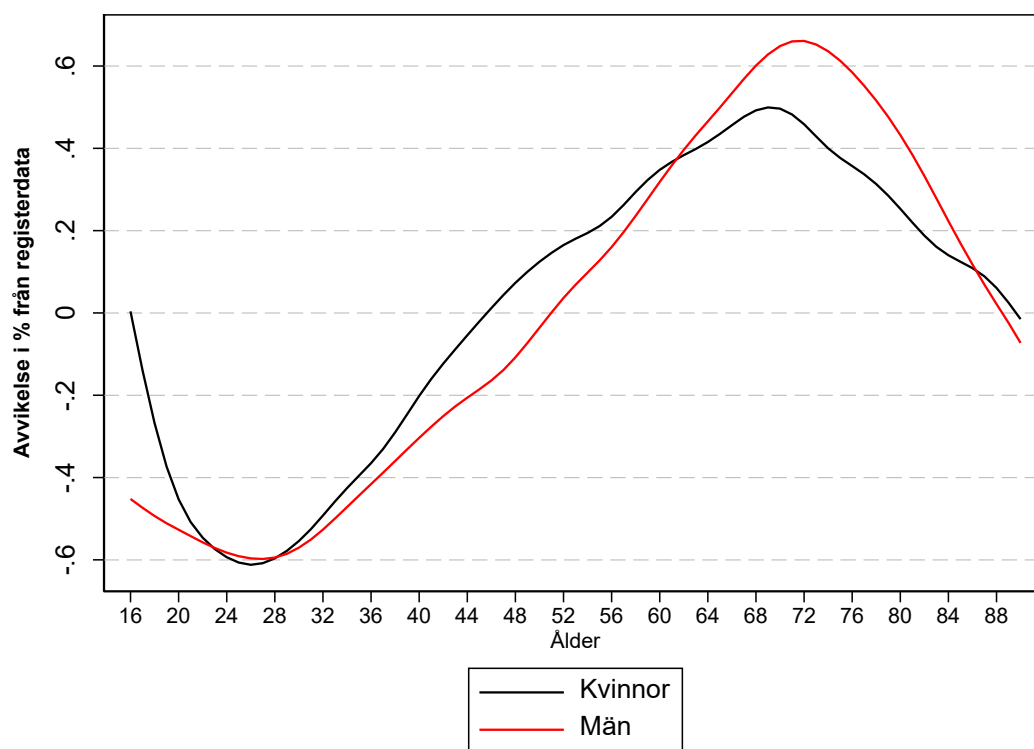
Figur 6 Åldersrepresentativitet i den nationella SOM-undersökningen i förhållande till befolkningen, 2023 (procentenheters avvikelse)



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 16–90 år, baseras på data från Statistiska Centralbyrån. Grafen utjämnade 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 nollstreckets kurvan löper desto bättre är representativiteten. Figuren visar att det främst är äldre män som står för den tidigare presenterade högre svarsfrekvensen bland äldre, då män i något högre grad är överrepresenterade bland äldre svarande jämfört med kvinnor.

Figur 7 Åldersrepresentativitet i den nationella SOM-undersökningen efter kön i förhållande till befolkningen, 2023 (procentenheters avvikelse)



Kommentar: Se kommentar i figur 6.

Bland svarande är andelen som är födda i Sverige överrepresenterade jämfört med bruttourvalet (tabell 19). Utomnordiskt födda 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 2023 (procent)

	Född i Sverige	Född i annat land i Norden	Född i annat land i Europa	Född i land utanför Europa
Bruttourval	76	2	7	14
Svarande	86	3	5	6
Δ Urval och svar	+10	+1	-2	-8

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., Falk, E. & Weissenbilder, M. (2023). Den nationella SOM-undersökningen 2022 - En metodöversikt. SOM-rapport 2023:4, Göteborgs universitet.

Bergquist, J., Lundmark, S., Sandelin, F. & Falk, E. (2022). The Effect of an Unconditional Symbolic Incentive. https://osf.io/y5hgg/?view_only=a301a1c91a574882b19865adcf79cf17

Bergquist, J., Lundmark, S., & Falk, E. (2023). The Effect of an Unconditional Symbolic Incentive 2023. https://osf.io/7gpfw/?view_only=4e0a11f9460c4105b8b427c6c6b00566

Falk E. & Sandelin, F. (2024). Reassessing incentive effects: Further exploring the role of diversified incentives on persons aged 18-39 and persons born outside the Nordics. The SOM Institute's Notes on Survey Methodology – 2024:1, Göteborgs universitet.

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

Lundmark, S., Sandelin, F. & Falk, E. (2023). Effects of diversified conditional incentives to individuals aged 18-39, 2023. https://osf.io/dv9w6/?view_only=32c6743c876d492b85368d97c7f3c8e6

Lundmark, S. (2023) The Effect of Adding Languages to Complete Self-administered Questionnaires on Response Propensities, Non-response Bias, and Data Quality (2023). https://osf.io/mkvej/?view_only=ac6167395339477b9f47ce869e8cb173

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

Sandelin, F., Falk, E. & Lundmark, S. (2023) Effects of diversified conditional incentives to people born outside the Nordics, 2023. https://osf.io/udwjq/?view_only=2cd90ff166824ca08964288bf7c5f97b

Skatteverket (2024). Skatteverkets årsredovisning 2023. <https://skatteverket.se/download/18.2fb39afe18dabf1e4d2be6/1708607422280/arsredovisning-skatteverket-2023-skv165-utgava32.pdf>

Appendix I. SMS-påminnelser i den nationella SOM-undersökningen 2023

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 skickad till dig på posten/ett presentkort värt 50/75 kronor hos valfri matvarukedja. Presentkortet skickas 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 skickad till dig på posten/ett presentkort värt 50/75 kronor hos valfri matvarukedja]. 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 skickad till dig på posten/ett presentkort värt 50/75 kronor hos valfri matvarukedja]. 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 skickad till dig på posten/ett presentkort värt 50/75 kronor hos valfri matvarukedja]. Resultaten presenteras under våren 2024. 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

