

DEN NATIONELLA SOM-UNDERSÖKNINGEN 2013

FRIDA VERNERSDOTTER

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

Den nationella SOM-undersökningen 2013 är den senaste i raden av dessa undersökningar¹. Undersökningen skickas ut till ett obundet slumpmässigt urval av Sveriges befolkning. Data samlas primärt in via postala enkäter, men sedan undersökningsåret 2012 ges respondenterna även möjligheten att svara digitalt via webben. Varje undersökning genomförs under så identiska förutsättningar som möjligt för att resultaten från de olika åren ska vara jämförbara.

Den nationella SOM-undersökningen genomförs i samverkan med forskare från olika discipliner främst inom samhällsvetenskap. Deltar i undersökningen gör också externa parter, via särskilda forskningsprojekt; 2013 gäller det exempelvis Sveriges riksdag, Sveriges Television, Svenska institutet för europapolitisk forskning (SIEPS), Svenska kyrkan och Energimyndigheten.

I föreliggande kapitel redovisas genomförandet av den nationella SOM-undersökningen 2013, den 28:e i ordningen. Det handlar om studiens uppläggning, fältarbetets olika moment samt resultatens representativitet.

Undersökningens uppläggning

Den nationella SOM-undersökningen genomförs i form av en postenkät med kompletterande webbalternativ som går ut till ett systematiskt sannolikhetsurval av Sveriges befolkning. Urvalsramen är sedan 2009 års undersökning befolkningens 16–85-åringar. Utländska medborgare ingår i urvalet sedan 1992 (samt i undersökningarna 1986 och 1989). Fältarbetet utförs av ett fristående undersökningsföretag², i nära samarbete med SOM-institutet som kontinuerligt utvärderar genomförandet. Undersökningsföretaget svarar för den tekniska delen av datainsamlingen så som tryck, distribution, telefonpåminnelser och skanning; SOM-institutet svarar för allt innehåll i utskick och enkäter.

Omfattningen av undersökningen har ökat successivt sedan 1986, både vad gäller antalet frågor och frågeformulär samt antal svarspersoner. 2013 års undersökning utgjordes av fem parallella riksrepresentativa delundersökningar baserade på ett obundet slumpmässigt urval om sammanlagt 17 000 personer. Urvalet drogs den

3 september 2013 från Skatteverkets registertjänst Navet och levererades till undersökningsföretaget som i sin tur delade upp urvalet i fem randomiserade delurval om 3 400 personer. Registret över alla som är folkbokförda i Sverige uppdateras kontinuerligt vilket innebär att täckningsfelet – det vill säga skillnaden mellan registret som urvalet är baserat på och den faktiska populationen – är minimalt.

Tabell 1 Den nationella SOM-undersökningens uppläggnig 1986–2013

År	Urvalsmetod	Antal formulär	Total urvalsstorlek	Medborgarskap	Åldrar
1986	sannolikhetsurval	1	2 500	Både sv. & utl.	15–75 år
1987–1988	"	"	"	Endast sv.	"
1989	"	"	"	Både sv. & utl.	"
1990–1991	"	"	"	Endast sv.	"
1992–1995	"	"	2 800	Både sv. & utl.	15–80 år
1996	"	"	2 841 ¹	"	"
1997	"	"	2 800	"	"
1998	"	2	5 600	"	16–80 år ²
1999	"	"	"	"	15–80 år
2000–2005	"	"	6 000	"	15–85 år
2006	"	"	6 050 ³	"	"
2007–2008	"	"	6 000	"	"
2009–2011	"	3	9 000	"	16–85 år
2012	"	4	12 000	"	"
2013	"	5	17 000	"	"

Kommentar: ¹Gruppen 15-åringar var av misstag inte inkluderade i det ursprungliga urvalet utan tillfördes i efterhand undersökningens första urval om 2 800 personer. ²Gruppen 15-åringar var av misstag inte inkluderade i urvalet. ³Det ursprungliga urvalet om 6 000 personer utökades med 50 personer ur spärregistret *NIX adressat*, felaktigt exkluderade ur det ursprungliga urvalet.

Datainsamlingen för de fem delurvalen i den nationella SOM-undersökningen 2013 genomfördes parallellt enligt en gemensam fältplan. Webbenkäten introducerades i samband med den andra påminnelsen. Den digitala versionen av formulären konstruerades och administrerades av SOM-institutet.

Formulär

Fyra av de fem formulären i delundersökningarna (formulär 1–4) var utformade som tidigare SOM-enkäter, det vill säga häften i A4-format med 17 sidor³ frågor, medan formulär 5 hade ett mindre tryckformat (188 x 250 mm) och 14 sidor frågor. Formulär 5 hade dessutom en begränsning i hur långa frågebatterierna tilläts

vara. Det längsta frågebatteriet i formulär 5 är elva item långt vilket kan jämföras med det längsta batteriet i formulär 3 som är 28 item långt. Tidigare forskning har visat att ett effektivt sätt att öka svarsfrekvensen är att minska omfånget, vilket är anledningen till att formulär 5 utformades som det gjordes (Edwards, 2002).

De enskilda frågorna i SOM-undersökningen utarbetas av de samverkande forskningsprojekten i samarbete med SOM-institutet. Huvuddelen av frågorna har fasta svarsalternativ med rutor för respondenten att kryssa i. I några fall svarar respondenten genom att skriva ett tal i en ruta; ytterligare några frågor är helt öppna och kräver ett kort svar i fritext (de rör bland annat vilken/vilka morgontidningar man läser, vilka samhällsproblem man tycker är viktigast i Sverige i dag och vilket yrke man har/har haft). Svaren på de öppna frågorna kodas av en grupp kodare⁴ på SOM-institutet efter fördefinierade kodscheman med uttömmande och ömsesidigt uteslutande kategorier försedda med en unik numerisk kod. Kodscheman finns tillgängliga i kodboken för 2013 års nationella SOM-undersökning⁵.

Ungefär en femtedel av frågorna i undersökningen ingick i samtliga fem formulär och kan därmed analyseras med femdubbla urvalsstorleken som grund; ett stort antal ingick därutöver i två eller fler formulär. Det rör sig dels om SOM-undersökningens grundfrågor om politik och medier samt en stor mängd livsstils- och bakgrundsfrågor, dels om frågor som syftar till att belysa frågeställningar som fordrar ett större urval av svarspersoner för statistiskt säkerställda analyser. Tyngdpunkten i formulär 1 ligger på politik och samhälle; i formulär 2 på nyheter och medier; i formulär 3 på livsstil och hälsa; i formulär 4 på ekonomi och välfärd. Formulär 5 hade istället för en tematisk inriktning en sammansättning frågor som skulle tilltala den yngre gruppen svarspersoner; till exempel frågor om livsstil och medievanor som är vanligare hos den yngre befolkningen än den äldre. I formulär 5 testades dessutom nya frågeformuleringar och förkortade versioner av, i SOM-undersökningarna, etablerade frågebatterier. Dispositionen av innehållet i formulären framgår av tabell 2. Formulären i sin helhet går att ladda ner från SOM-institutets hemsida⁵.

Det tar en knapp timme att fylla i fullängdsenkäternas samtliga frågor och en dryg halvtimme att fylla i det kortare formulär 5. De synpunkter som framförs av respondenterna (på sista formulärsidan där särskilt utrymme ges, eller via andra vägar) och de tidsangivelser som registreras av webbverktyget indikerar dock stora variationer i ifyllandetid.

De fem formulären hade en digital motsvarighet, konstruerad i webbverktyget Qualtrics. Frågorna i webbenkäten utformades på samma sätt som i pappersenkäten. Sidbrytningarna i den digitala versionen följde däremot inte pappersversionen utan anpassades efter storleken på en datorskärm. De frågor som svarspersonen i pappersversionen instruerades att hoppa över baserat på tidigare svar, doldes automatiskt i den digitala versionen av enkäten. Somliga personer som svarade via webben såg således en kortare version av enkäten än de som svarade på papper. Unika inloggningsuppgifter och länk webbenkäten skickades ut i samband med det andra enkätutskicket och inkluderades därefter i samtliga postala påminnelser.

Tabell 2 Innehållsöversikt för frågeformulären i den nationella SOM-undersökningen 2013

Formulär 1	Formulär 2	Formulär 3	Formulär 4	Formulär 5
1–5 Nyheter & medier 6–11 Aktuella samhällsfrågor 12–23 Politik och demokrati 24–28 Tv, radio & internet 29–35 Sverige i världen 36–44 Aktiviteter, intressen & värderingar 45–48 Miljö 49–55 Energi 56–63 Arbetsliv 64–80 Bakgrund	1–6 Nyheter & medier 7–17 Politik, samhälle & demokrati 18–26 Radio & tv 27–33 Internet & andra medier 34–35 Mobiltelefoni 36–39 Böcker & bibliotek 40–47 Aktiviteter, intressen & värderingar 48–54 Arbetsliv 55–71 Bakgrund	1–8 Nyheter & medier 9–20 Politik, samhälle & demokrati 21–24 Konsumtion 25–27 Forskning och samhälle 28–36 Livsstil & personlighet 37–39 Hälsa 40–42 Intressen & värderingar 43–51 Fritid & aktiviteter 52–64 Arbetsliv 65–82 Bakgrund	1–5 Nyheter & medier 6–17 Politik & demokrati 18–23 Samhälle & service 24–27 Internet och nyheter 28–36 Aktuella samhällsfrågor 37–40 Film 41–47 Aktiviteter, intressen & värderingar 48–61 Arbetsliv 62–82 Bakgrund	1–4 Intressen & fritidsaktiviteter 5–10 Medievanor 11–16 Värderingar 17–19 Konsumtion 20–29 Demokrati & politik 30 Kulturvanor 31–36 Boende & ekonomi 37–38 Hälsa & välbefinnande 39–46 Arbetsliv 47–51 Bakgrund

Fältarbetet

Fältarbetet för den nationella SOM-undersökningen 2013 följer i huvudsak uppläggnings- och tidigare års undersökningar. Huvuddelen av datainsamlingsarbetet genomfördes under hösten 2013. Arbetet inleddes i mitten av september med ett aviseringskort som informerade respondenterna att de blivit slumpmässigt utvalda att delta i årets SOM-undersökning. En vecka senare skickades enkäten ut tillsammans med ett kortare följebrev, en informationsbroschyr om SOM-institutets verksamhet samt en penna. Under resterande del av fältperioden genomfördes successivt en serie påminnelseinsatser per brev, telefonsamtal och sms – sammanlagt nio insatser.

Tabell 3 Fältarbetets moment i den nationella SOM-undersökningen 2013

13 sept 2013	Utskick av aviseringsvykort ¹
20 sept	Utskick av enkät, följebrev ² , informationsbroschyr, svarskuvert och penna (B-post). Försändelsen nådde ut till respondenterna onsdagen den 29 sept.
30 sept	Utskick av tack-/påminnelsevykort
7 okt	Utskick av enkät, följebrev ² , informationsbroschyr och svarskuvert till intervjupersoner som ännu inte sänt in enkäten, introduktion av möjligheten att svara via webben
17–28 okt	Telefonpåminnelse till svarspersoner som ej sänt in enkäten (med utskick av ny enkät till de som saknar och postal bekräftelse till övriga som sagt att de ämnar delta)...
alt. 22 okt	...postal påminnelse till personer utan känt telefonnummer
alt. 30 nov	...postal påminnelse till personer som ej kunnat nås per telefon
12–18 nov	Telefonpåminnelse motsvarande 17–28 okt inklusive motsvarande postala komplement
alt. 27 nov	SMS-påminnelse med inloggningsuppgifter till webbenkäten till alla med känt mobilnummer som sagt att de ämnar delta
alt. 28 nov	SMS-påminnelse med inloggningsuppgifter till webbenkäten till alla med känt mobilnummer som inte tidigare svarat i telefon
3–9 dec	Telefonpåminnelse motsvarande 17–28 okt inklusive motsvarande postala komplement
23 dec	Utskick av enkät, följebrev och svarskuvert till alla som sagt per telefon att de ämnar delta
8 jan 2014	Utskick av enkät, följebrev, svarskuvert samt "bortfallsenkät" – med frågan om varför man inte önskar/kan delta – till samtliga
alt. 20 jan	Utskick av enkät, följebrev, svarskuvert samt "bortfallsenkät" till samtliga som inte hörts av per telefon under fältarbetets gång
alt. 23 feb	SMS-påminnelse med inloggningsuppgifter till webbenkäten till alla med känt mobilnummer som sagt att de ämnar delta

Kommentar: ¹Utskicket gjordes i två varianter: en som skickades till 16–29-åringar med foton på yngre personer och text som lyfte fram vikten av den yngre gruppens svar för undersökningens kvalitet och en som skickades till övriga. ²Utskicket gjordes i två varianter: en som skickades till 16–29-åringar med text som lyfte fram vikten av den yngre gruppens svar för undersökningens kvalitet och en som riktade sig till övriga.

Inför 2013 års fältarbete anlätade SOM-institutet en kommunikationsbyrå som gjorde en målgruppsanalys och, baserat på tidigare utskick, föreslog ändringar i kommunikationen med respondenterna. På förslag av kommunikationsbyrån ändrade SOM-institutet anslaget från att anspela på värdet av en enskild persons svar för kvaliteten i undersökningen till att istället trycka på den personliga vinningen i att delta i undersökningen, till exempel genom att lyfta möjligheten att göra sin egen röst hörd genom att besvara enkäten. De två första följebreven var målgruppsanpassade efter ålder i två segment, 16–29-åringar och övriga. Anledningen till denna uppdelning är den sjunkande svarsfrekvensen de yngre åldersgrupperna. De vykort som skickades ut till svarspersonerna pryddes med målgruppsriktade foton på människor i samma åldersgrupp som mottagaren för att skapa en känsla av samhörighet. Dessa grepp hade ingen påtagligt positiv effekt varken på svarsfrekvensen totalt eller i den målgrupp som fick specialutformade brev.

I samband med det andra enkätutskicket introducerades möjligheten att besvara enkäten via internet. Inloggningsuppgifter och länk till webbenkäten inkluderades i samtliga utskick efter introduktionen den 7 oktober.

Telefonpåminnelserna genomfördes i tre omgångar. Alla respondenter med känt hem- eller mobiltelefonnummer, som inte ännu hade svarat på enkäten eller meddelat att de inte vill delta, blev uppringda av ett telefonundersökningsföretag⁶. Liksom tidigare år gjordes det sju kontaktförsök per svarsperson i varje telefonpåminnelseomgång. Om respondenten var positiv till att delta skickades ett uppföljningsbrev, med eller utan ny enkät beroende på vad som avtalades i telefon, där SOM-institutet tackade för att de ville delta i undersökningen. Om respondenten inte ville delta i undersökningen registreras orsaken därtill, i den mån respondenten vill uppge orsak, enligt ett fördefinierat kodschema och personen avfördes från den del av urvalet som fortsatte kontaktas i hopp om att få svar på enkäten. Respondenter över 18 år måste tacka nej till att delta i undersökningen personligen, respondenter under 18 år kunde avföras från det aktiva urvalet på förälders begäran. Personer som är fysiskt eller mentalt oförmögna att svara, bortresta på längre tid, utflyttade, avlidna eller inte talar svenska kunde också avföras från det aktiva urvalet på begäran av tredje person. Om telefonundersökningsföretaget inte fått tag i svarspersonen efter sju kontaktförsök följde personen automatiskt med in i nästa telefonpåminnelseomgång då sju nya försök gjordes.

SMS-påminnelser till alla med känt mobiltelefonnummer som ännu inte hade svarat på enkäten eller meddelat att de inte ville delta, skickades ut i två omgångar, dels den 27 och 28 november, en dryg vecka efter den andra telefonpåminnelseinsatsen, dels den 23 januari i samband med den sista påminnelsen. Den sista SMS-påminnelsen skickades bara ut till de personer som vi aldrig tidigare haft kontakt med, övriga personer fick en papperspåminnelse. Ett artificiellt telefonnummer⁷ upprättades för att respondenterna skulle kunna svara på SMS:et. SMS-utskicken administrerades av SOM-institutet. SMS-texten innehöll, utöver svarspersonens unika inloggningsuppgifter och en länk till webbenkäten, en instruktion om att

svara ”Ja” på meddelandet om personen ville ha en ny papperenkät skickad till sin adress eller ”Nej” om personen inte önskade delta i undersökningen.

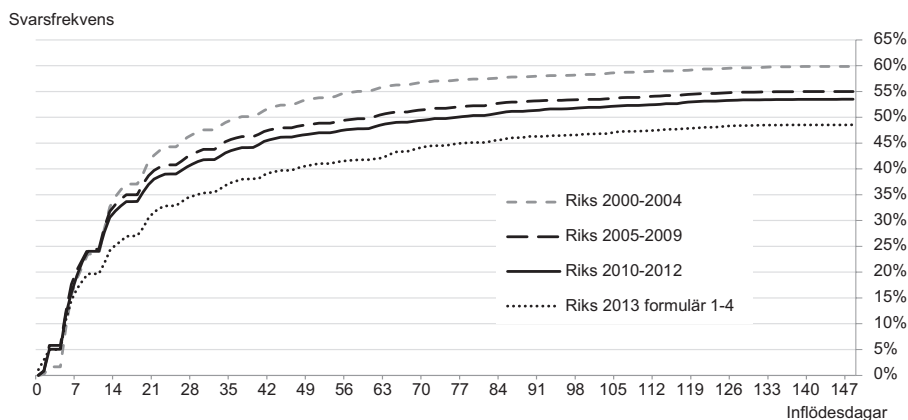
Samtliga utskick till respondenterna från SOM-institutet innehåller kontaktuppgifter till avsändaren och information om att undersökningen är frivillig, men inget tidigare utskick har innehållit explicita instruktioner om hur man avregistrerar sig från undersökningen.

Den 27 februari avslutades fältarbetet i formell mening med att den sista ifyllda enkäten registrerades som inkommen. Vid fältarbetets slut avidentifierades enkäterna och alla personuppgifter raderades. Av tabell 3 framgår i detalj tidsramarna för fältarbetet och dess olika insatser.

Inflöde

De flesta respondenter som väljer att delta i undersökningen skickar tillbaka enkäten redan inom några veckor. Det generella inflödesmönstret med högt inflöde de första veckorna i samband med de första påminnelserna upprepar sig 2013 (figur 1) om än med mindre kraft. De första dagarnas ojämna inflöde mellan åren i figur 1 bottenar framför allt i vilken veckodag enkäten når ut i förhållande till helgens postfria dagar. Sedan 2006 har enkäten nått ut på en onsdag varmed resultaten ska vara fullt jämförbara. Längre in i fältarbetet kan påminnelseinsatserna däremot fortfarande ligga lite olika i tid och därmed påverka hur nivåerna förhåller sig till varandra.

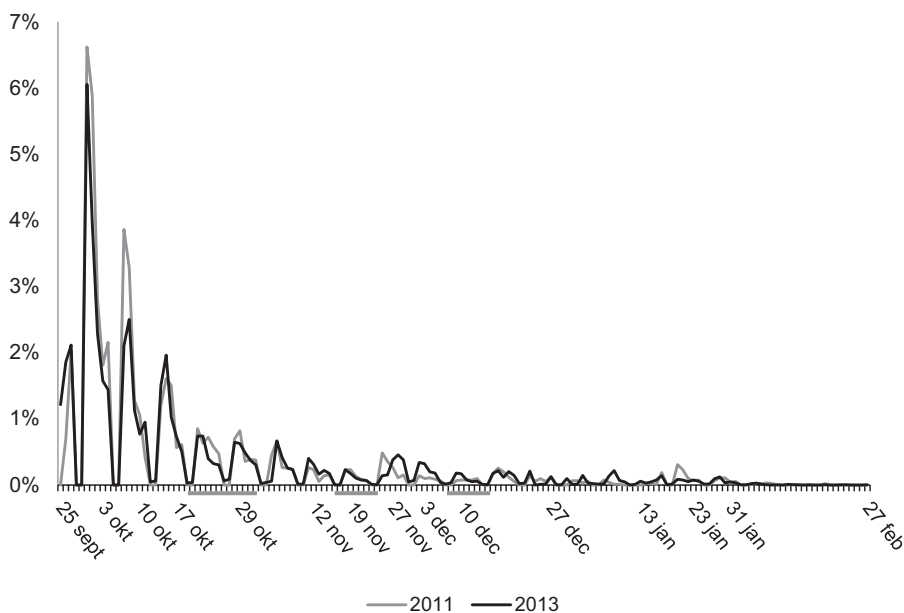
Figur 1 *Dagligt inflöde av enkäter i den nationella SOM-undersökningen formulär 1–4 2013 relativt ett genomsnitt för 2000–2004, 2005–2009 respektive 2010–2012 års undersökningar (kumulativ procent av bruttourvalet)*



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

Inflödet av ifyllda enkätformulär under fältperioden kommer i vågor, tydligt i fas med utskick och påminnelseåtgärder. Vågbildseffekten är ett mycket stabilt fenomen som uppträder i varje undersökning (figur 2), så även 2013.

Figur 2 *Dagligt inflöde av enkäter i den nationella SOM-undersökningen 2013 i jämförelse med 2011 (procent av totalt inflöde)*



Kommentar: Datumen motsvarar påminnelsernas utskicksdag och de grå strecken längs x-axeln motsvarar de tre telefonpåminnelseomgångarna. Inflödet 2013 jämförs med 2011 eftersom problem postgången i 2012 års undersökning gjorde att kurvan inte följer tidigare känt mönster.

Den första enkätförsändelsen skickades ut fredagen den 20 september med B-post, det vill säga med planerad utdelning onsdagen den 26 september. De första ifyllda enkäterna brukar komma in torsdagen därpå, men de två senaste åren har postens utdelningstid av B-post varierat så mycket att det inte längre går att räkna med att den första enkäten når respondenterna på den planerade utdelningsdagen. Årets första utskick verkar ha nått några respondenter redan på tisdagen den 24 september då 207 enkäter inkom på den planerade utdelningsdagen onsdag. Detta försprång gjorde att inflödet i början av fältarbetet stod sig väl i jämförelse med tidigare år. Inflödet var fortsatt starkt fram till måndagen veckan efter då det nådde sin topp i antal inkomna enkäter på samma dag. Redan vecka två började inflödet dock avta exponentiellt gentemot tidigare år. Tack- och påminnelsekor-

tet och det andra enkätutskicket som nådde ut en respektive två veckor efter det första enkätutskicket hade mindre effekt än tidigare år. Det var först i samband med den första telefonpåminnelseomgången (den 17 okt och två veckor framåt) som inflödet slutade avta jämfört med tidigare år.

När möjligheten att besvara enkäten på internet introducerades i det andra enkätutskicket, den 7 oktober hade 23 procent av bruttourvalet, motsvarande 41 procent av de som skulle komma att besvara enkäten innan fältarbetet avslutades, redan valt att svara på papper. Det var totalt 634 personer som svarade på webben och 47 av dem gjorde det samma vecka som de fick koderna, vilket är färre än förväntat och en mindre andel än förra året.

Inflödet på webben skiljer sig något från pappersenkäten i den bemärkelse att personer som svarar via internet gör det senare under fältarbetet än personer som svarar på papper. Till skillnad från inflödet på papper som kommer i stadiga, men minskande vågrörelser i samband med varje påminnelseinsats var inflödet på webben högt i samband med den första påminnelsen efter webbintroduktionen, men mindre påtagligt i samband med efterföljande påminnelse för att sedan ta fart igen i samband med SMS-påminnelsen i slutet av november och den tredje telefonpåminnelsen i mitten av december.

Tabell 4 *Inflöde av pappers- respektive webbenkäter (procent)*

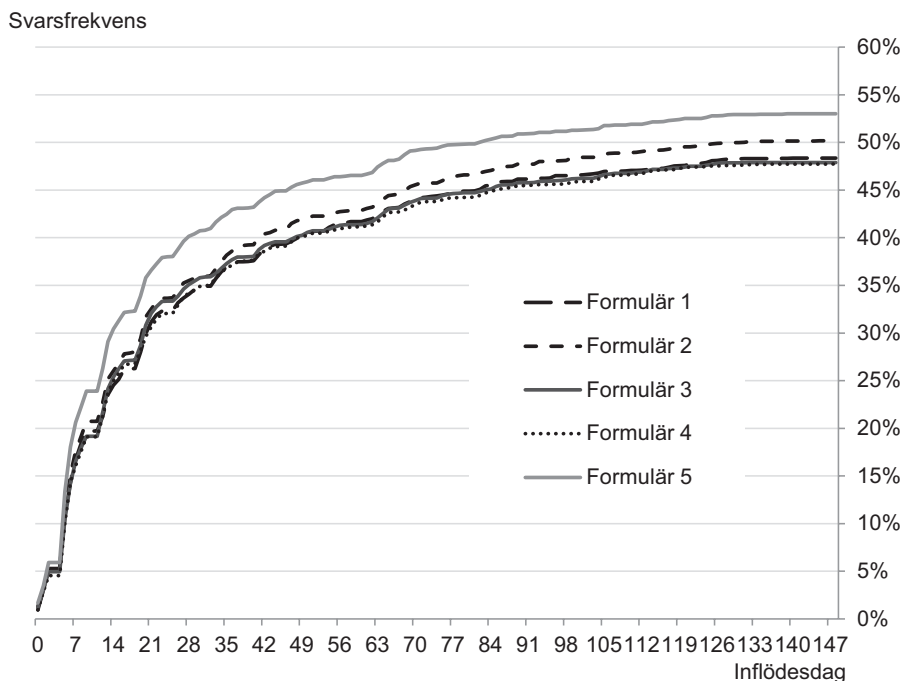
	Svarade efter första utskicket	Svarade efter tack/påminnandet	Svarade efter andra enkät-utskicket	Svarade under eller efter telefon-påminn1	Svarade under eller efter telefon-påminn2	Svarade efter sms-utskick	Svarade under eller efter telefon-påminn3	Svarade efter jultrev	Svarade efter januari-brevet	Svarade efter sms/sista utskicket	Summa	N
Papper	42	16	15	15	3	3	4	1	1	1	100	7 772
Webb	–	1	11	31	9	19	16	5	4	4	100	634

Kommentar: Tabellen visar hur stor andel av de som slutligen skulle komma att besvara enkäten som svarade mellan varje påminnelseinsats.

I slutet av november efter den andra telefonpåminnelseomgången, runt inflödesdag 60, brukar mer än 90 procent av de som slutligen ska komma att fylla i enkäten ha svarat. Vid motsvarande tidpunkt 2013 var andelen endast 86 procent, vilket föranledde en extrapåminnelse, i form av ovan nämnda SMS-utskick. SMS-påminnelsen hade effekt både på pappers- och på webbinflödet vilket reducerade avståndet till tidigare års undersökningar något. Vid november månads utgång

hade 90 procent av de som slutligen skulle komma att medverka skickat tillbaka sin enkät. Vid årsskiftet hade 96 procent av de som slutligen skulle komma att delta i undersökningen besvarat enkäten, vilket också är en mindre andel än tidigare år. Därefter fortsatte inflödet svagt men stadigt ända in i februari 2014, motsvarande de sista 4 procentenheterna. Undersökningsåret 2013 svarade respondenterna både i mindre utsträckning och senare under fältarbetet än tidigare år.

Figur 3 Dagligt inflöde efter formulär (kumulativ procent av bruttourvalet)



Inflödet för respektive delundersökning följer i huvudsak samma mönster under fältperioden, med den skillnaden att delundersökningarna nådde olika slutresultat (figur 3). Bäst resultat fick det mindre och kortare formulär 5 med en bruttosvarsfrekvens (det vill säga andelen inkomna enkäter av det totala antalet utskickade) på 53,0 procent. Av de ordinarie formulären var det nyhets- och medieinriktade formulär 2 ensamt om att ta sig över 50 procent med en slutlig bruttosvarsfrekvens på 50,2 procent. Nyhets- och medieformuläret har traditionellt haft något högre svarsfrekvens än övriga formulär. De politikinriktade formulären 1 och 4 nådde en bruttosvarsfrekvens på 48,4 respektive 47,8, medan det hälso- och livsstilsinriktade formulär 3 slutade på 47,9 procent.

När fältarbetet avslutades den 27 februari var bruttosvarsfrekvensen för de fem editionerna av undersökningen 49,4 procent. Den samlade bruttosvarsfrekvensen för de fyra ordinarie delundersökningarna (formulär 5 exkluderat) var 48,6. Utan det femte formuläret hade minskningen sedan 2012 blivit 3,9 procentenheter. Det är den kraftigaste minskningen i bruttosvarsfrekvens från ett år till ett annat sedan 1995. Sjunkande svarsfrekvenser är inte unikt för SOM-undersökningen utan observeras av alla aktörer som är beroende av att genomföra frågeundersökningar till befolkningen.

Svarsfrekvens och bortfall

Från bruttourvalet definierar man bort personer som är fysiskt eller mentalt oförmögna att svara på enkäten, personer som är avlidna, bortresta under större delen av fältperioden, emigrerade, har språksvårigheter eller inte alls talar svenska. Dessa räknas bort som så kallat naturligt bortfall. Därmed erhåller man undersökningens nettourval vilket ligger till grund för redovisningar av undersökningars svarsfrekvens. Svarsfrekvensen för den nationella SOM-undersökningen 2013 är 53 procent.

För samhällsvetenskapliga postenkäter i Sverige har svarsfrekvensen tidigare brukat ligga på mellan 60 och 70 procent, men under senare år har det blivit allt svårare att nå dessa nivåer. SOM-undersökningarna har generellt uppvisat ett mycket gott resultat för den här typen av längre enkäter, med en genomsnittlig svarsfrekvens för alla de genomförda undersökningarna 1986–2012 på 65 procent (tabell 5). Från och med 2000-talet har nivån emellertid sjunkit. Om genomsnittet fram till och med 1999 var 68 procent, var resultatet för undersökningarna under 2000-talets första decennium 63 procent. 2008 års undersökning var den första med ett resultat under 60 procent. 2010 års svarsfrekvens på 60 procent visade sig vara ett tillfälligt trendbrott då samtliga efterföljande undersökningar har haft lägre resultat.

Av det ursprungliga urvalet på totalt 17 000 personer (bruttourvalet) var det 8 406 personer som besvarade och skickade in formuläret i 2013 års undersökning. Sammanlagt 1 127 personer, motsvarande 6,7 procent, har räknats bort som naturligt bortfall.

Tabell 5 Svarefrekvens i de nationella SOM-undersökningarna 1986–2013 (antal och procent)

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

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

Tabell 6 Svarande och bortfall i den nationella SOM-undersökningen 2013

	Totalt	Formulär 1-4	Formulär 1	Formulär 2	Formulär 3	Formulär 4	Formulär 5
Bruttourval	17 000	13 600	3 400	3 400	3 400	3 400	3 400
Naturligt bortfall	1 127	901	221	223	241	216	226
Nettourval	15 873	12 699	3 179	3 177	3 159	3 184	3 174
Antal vägrare/ ej anträffade	7 467	6 096	1 535	1 471	1 531	1 559	1 371
Antal svarande	8 406	6 603	1 644	1 706	1 628	1 625	1 803
Svarsfrekvens Brutto	49%	49%	48%	50%	48%	48%	53%
Svarsfrekvens Netto	53%	52%	52%	54%	52%	51%	57%

Kommentar: Formulär 1-4 presenteras sammanslagna utan formulär 5 eftersom de är likvärdiga i utseende och layout.

Det naturliga bortfallet lyfter bruttosvarsfrekvensen på 49,4 procent för hela undersökningen till nettoresultatet 53,0 procent (tabell 6). I och med skillnaden i antalet bortdefinierade mellan delundersökningarna återspeglas skillnaden i inflöde dem emellan även i nettoresultatet: formulär 1 har en nettosvarsfrekvens på 51,7, formulär 2 på 53,7, formulär 3 på 51,5 procent, formulär 4 på 51,0 procent och formulär 5 på 56,8 procent.

Det mindre och kortare formulär 5 nådde samma svarsfrekvens som 2011 och 2012 års undersökningar som hade det ordinarie fullängdsformatet i A4-storlek.

Naturligt bortfall: orsaker att inte kunna delta

Informationen om det naturliga bortfallet har tillsammans med andra orsaker till att inte medverka i undersökningen inhämtats på flera sätt: via telefonpåminnelserna, direkt från respondenter eller anhöriga som hört av sig under fältarbetets gång, via den bifogade bortfallsenkäten i sista påminnelsen med frågor om varför man inte önskar eller kan delta i undersökningen samt via skatteverkets befolkningsregister. Det var 167 personer som besvarade bortfallsenkäten 2013, vilket är en låg siffra jämfört med tidigare år. I totalurvalet om 12 000 personer 2012 var det 307 som besvarade bortfallsenkäten, att jämföras med de 167 av 17 000 i årets undersökning. Efterkontrollen av urvalet hos skatteverket visade att 699 personer hade ändrat adress, 35 personer hade utvandrat och 52 personer hade avlidit under fältarbetets gång. Drygt hälften av de avlidna personerna och en knapp tredjedel av utvandrande var redan registrerade som naturligt bortfall. Eftersom en adressändring inom Sverige inte är diskvalificerande från urvalet påverkade informationen om dessa personer

inte nettourvalet. Information om okänd adress hämtas istället från Posten genom de returerna på utskick som undersökningsföretaget tar emot. Registerkontrollen gav ytterligare information om naturligt bortfall för 45 personer.

Eftersom uppgifter om naturligt bortfall tidigare år varit helt beroende av att respondenten, själv eller per ombud, delger informationen tenderar andelen att variera något från år till år. Sedan 2001 års undersökning har andelen naturligt bortfall varierat mellan 7,0 och 9,9 procent. I ljuset av att kompletterande information från Skatteverket användes för att definiera naturligt bortfall är andelen om 6,7 procent i årets undersökning anmärkningsvärt låg. Utöver att färre personer hör av sig och berättar att de inte kan vara med i undersökningen kan minskningen förklaras med att det har blivit allt svårare att få kontakt med respondenterna, vilket försvårar möjligheter att identifiera om en person i urvalet borde ingå i det naturliga bortfallet eller inte.

Andelen naturligt bortfall varierar något mellan delundersökningarna – formulär 1: 6,5 procent; formulär 2: 6,6 procent; formulär 3: 7,1 procent; formulär 4: 6,4 procent; formulär 5: 6,6 procent.

Tabell 7 *Typen av naturligt bortfall i den nationella undersökningen 2013 (procent)*

	Formulär 1	Formulär 2	Formulär 3	Formulär 4	Formulär 5	Samtliga formulär 2013	Samtliga formulär 2012
Fysiskt/mentalt oförmögen att svara	30	22	20	29	29	26	23
Adress okänd	31	39	42	34	30	35	40
Bor utomlands/bortrest på längre tid	21	20	20	19	22	21	19
Ej svensktalande/ språk- svårigheter	15	14	12	16	15	14	16
Avliden	3	5	6	2	4	4	2
Summa procent	100	100	100	100	100	100	100
Antal personer	221	223	241	216	226	1 127	903

I det naturliga bortfallet är det särskilt tre grupper som dominerar: fysiskt och mentalt oförmögna, bortresta/utlandsboende samt de som inte kunnat nå på sin adress – vilka sammantaget utgör 82 procent av bortfallet (tabell 7). En mindre grupp utgör de icke svensktalande på 9 procent och en ytterligare mindre grupp utgör personer med språksvårigheter, 5 procent. Med språksvårigheter avses både läs- och skrivsvårigheter och svårigheter med nivån på språket som används i

enkäterna. Den minsta gruppen på 4 procent utgörs av personer som registrerats som avlidna. Detta mönster är detsamma för de fem delundersökningarna.

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

Svarsvägran: orsaker att inte vilja delta

Det var 1 803 personer som hörde av sig under fältarbetets gång och sa att de inte ville delta i undersökningen. Av dessa var det 630 personer som uppgav en orsak till att inte delta (tabell 8). Andelen som anger ett skäl till att inte delta har minskat de senaste två åren. Underökningsåren 2010 och 2011 uppgav drygt åtta procent av urvalet ett skäl till varför de inte ville vara med i undersökningen att jämföras med sex procent 2012 och fyra procent 2013. Detta beror främst på ändringar i kodschemat för bortfall, som tidigare inte hade någon kategori personer som inte ville uppge skäl.

Tabell 8 Specificerade skäl till att inte vilja delta i den nationella SOM-undersökningen 2013 (procent)

	Formulär 1	Formulär 2	Formulär 3	Formulär 4	Formulär 5	Samtliga formulär 2013
Har inte tid	34	27	29	35	32	32
För många frågor	9	10	14	16	6	10
Vill av princip inte delta	20	27	25	14	24	22
Frågorna är ointressanta	8	8	9	8	6	8
Litar ej på anonymiteten	6	3	3	5	5	4
Vill ej delta utan ersättning	3	6	3	6	6	5
Frågorna är för svåra	5	3	1	4	4	4
Annat skäl	15	16	16	12	17	15
Summa procent	100	100	100	100	100	100
Antal personer	170	111	102	121	126	630

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

Om man studerar den lilla andel som uppgivit ett skäl till att inte delta ser man att tidsbrist, i linje med tidigare erfarenheter, fortfarande är ett mycket vanligt argument. I 2013 års undersökning är det drygt en tredjedel av personerna med en känd orsak till svarsvägran som anger detta som enda skäl till att avstå. Det var en dryg femtedel som avstod att svara på enkäten av principiella skäl. Personer som vill ha ersättning för sitt deltagande och personer som inte litar på anonymiteten utgör en mindre grupp om 10 procent, vilket är en minskning från tidigare år. Utöver dessa anser en knapp fjärdedel att frågorna är för svåra, för många eller för ointressanta för att besvaras.

Att de fem formulären har något olika innehållsfokus tycks inte nämnvärt påverka de skäl som anförs till att inte vilja delta; mönstret är över lag mycket likt i de fem delundersökningarna. Det kortare formulär 5 har, av förklarliga skäl, en mindre andel som avstår för att de tycker att enkäten har för många frågor. Det är vanligare att man inte litar på anonymiteten och därför inte vill delta i de politikbetonade formulären 1 och 4 än i det hälso- och livsstilsinriktade formulär 3 och det nyhets- och medieinriktade formulär 2. Men det är lika vanligt att inte lita på anonymiteten i det tematiskt spridda formulär 5 som i formulär 1 och 4. Det är en något större andel som tycker att det är för många frågor att svara på i formulär 3 och 4 än i de andra delundersökningarna och det är något fler som upplever att frågorna är svåra att svara på i det politikfokuserade formulär 1. Det ska i sammanhanget betonas att resultaten gäller hur vanliga skälen är i förhållande till varandra. I och med att antalet kända skäl till vägran är större för formulär 3 och 4, är antalet personer som nämnt skälet, i de fall andelen är densamma, större i dessa jämfört med övriga formulär.

Svarsfrekvenser i olika grupper

Vilka som svarar och vilka som faller bort i en frågeundersökning har betydelse för tolkningen av undersökningens resultat. Om en viss grupp är underrepresenterad och samma grupps svar tenderar att skilja sig från övrigas blir studiens resultat mindre giltiga för populationen som helhet. Om svarsbenägenheten i en grupp varierar påtagligt mellan åren kan det också förklara variationer i svarsmönster för enskilda frågor. I årets undersökning har alla demografiska grupper svarat i mindre utsträckning än tidigare. Svarsfrekvensen faller dock olika mycket i olika grupper. Av tabell 9 framgår hur svarsbenägenheten i de nationella SOM-undersökningarna varierar i olika grupper över tid.

Tabell 9 Svansandelen (netto) i olika grupper, de nationella SOM-undersökningarna 2000–2013 (procent)

	2013																		
	2013											F1-5							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010		2011	2012	F1-4	F1	F2	F3	F4
Samtliga	63	67	65	66	65	63	60	63	58	59	60	57	57	53	52	54	52	51	57
Kvinnor	65	68	69	68	67	65	64	66	62	61	64	60	58	56	54	56	54	54	61
Män	61	66	62	64	63	61	57	60	55	56	57	54	55	50	49	50	51	49	53
Alder																			
15–19 år ¹	57	56	61	60	55	56	49	53	46										
16–19 år										48	50	46	42	40	39	40	41	35	44
20–24 år	60	57	61	57	55	53	43	49	41	43	42	36	38	32	32	30	35	32	31
25–29 år	55	59	60	63	57	54	50	51	44	44	42	41	42	38	36	33	35	31	44
30–39 år	57	62	57	60	59	57	54	51	50	48	47	43	43	41	42	40	41	41	50
40–49 år	60	67	64	63	61	58	59	54	55	58	54	53	50	49	48	48	51	50	52
50–59 år	67	76	69	71	69	69	67	68	65	66	67	63	63	56	57	56	61	55	61
60–69 år	74	76	76	79	78	73	73	78	75	74	76	74	74	70	69	69	72	67	73
70–79 år	74	74	71	75	79	75	71	75	76	73	81	77	77	74	72	72	77	72	79
80–85 år	58	67	66	62	65	64	67	71	65	70	76	73	70	64	63	70	67	55	70
60–75 år ²	75																		
76–80 år ²	68																		
Region																			
Stockholm	58	64	60	61	61	57	56	56	53	57	55	52	52	51	50	51	52	50	54
Östra Mellansverige	64	68	64	66	65	66	63	68	60	58	60	58	55	54	53	51	53	53	57
Småland med öar	68	73	68	66	70	67	62	62	61	62	66	59	60	54	52	51	54	50	60
Sydsverige	65	62	69	67	64	61	58	62	55	58	57	56	57	51	48	48	50	49	56
Västsverige	61	66	65	69	67	62	60	66	60	60	62	58	59	55	54	55	56	53	57
Norra Mellansverige	66	69	67	69	61	64	62	61	63	58	63	59	58	53	52	54	54	51	57
Mellersta Norrland	64	73	69	63	69	67	60	63	57	59	63	63	62	58	57	53	61	57	65
Övre Norrland	61	72	67	68	71	64	64	63	65	61	65	58	60	52	51	52	56	46	56

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

I likhet med erfarenheterna från tidigare års SOM-undersökningar svarar kvinnor som grupp i större utsträckning än män. 56 procent av kvinnorna och 50 procent av männen svarade på SOM-undersökningen 2013. Andelen kvinnor som svarar har sjunkit mer än andelen män vilket gör att glappet mellan kvinnor och män är det minsta på fyra år. Störst skillnad, åtta procentenheter, ser vi i formulär 5 som inte alls lyckades attrahera de unga män som den delvis riktade sig till. Skillnaden mellan kvinnor och mäns svarsfrekvens i de andra formulären varierar mellan fyra och sex procentenheter. Den minsta skillnaden återfinns likt tidigare år i formulär 1, vars tema tenderar att jämna ut könsskillnaderna något. Om man räknar bort formulär 5 vars utseende och innehåll avviker från de andra delundersökningarna är skillnaden mellan kvinnors och mäns svarsfrekvens 5 procentenheter.

De största skillnaderna i svarsvilja finner vi mellan olika åldersgrupper. Det mönster som vi känner igen sedan tidigare år är att yngre personer svarar i mindre utsträckning än äldre. Den åldersgrupp som är mest benägen att fylla i enkäten är 70–79-åringar med en svarsfrekvens på 74 procent. Minst villiga att svara på enkäten är 20–24-åringar med 32 procents svarsfrekvens. Skillnaden i svarsvilja mellan åldersgrupper blir större för varje år. Det skiljer 42 procentenheter mellan den mest och minst svarsvilliga åldergruppen. För tio år sedan var den största skillnaden 22 procentenheter och för 15 år sedan var den 12 procentenheter. I den yngsta åldersgruppen, 16–19-åringar, har 40 procent besvarat enkäten vilket är mer än genomsnittet för hela åldersgruppen under 30 år (36 procent), men den lägsta svarsfrekvensen någonsin inom åldersgruppen.

Det största fallet i svarsfrekvens, 7 procentenheter, hittar vi i åldersgruppen 50–59-åringar i vilken 56 procent har svarat. Åldersgrupperna mellan 50 och 80 år har aldrig tidigare haft en svarsfrekvens under 60 procent. Detta kan dock vara en tillfällighet. Om man istället studerar svarsbenägenheten i generationer över tid ser vi att svarsfrekvensen hos personer födda 1959 och tidigare är stabilt hög över tid (över 60 procent av bruttourvalet). Undantaget är de allra äldsta, tjugotalisterna, vars svarsfrekvens sjunkit i takt med att de når den övre åldersgränsen för urvalet. Sextio- och tjuvotalisterna är också stabila i sin svarsbenägenhet, men ligger på en lägre nivå än äldre generationer, strax under 55 procents bruttosvarsfrekvens över tid. Sjuvotalisterna och yngre uppvisar alla sjunkande svarsfrekvenser de senaste femton åren. Nittio- och åttio-åringarna som tog sig in i urvalet 2005, och blir fler varje år, i takt med att de når 16-årsgränsen, är den generation vars svarsfrekvens faller mest. Åttio-åringarna som debuterade 1995 uppvisade ett liknande mönster under sitt första decennium, men har de senaste tre åren stabiliserat sig på en nivå strax under 40 procent brutto. Skillnaden mellan åttio- och nittio-åringarna är att den yngre generationen började på avsevärt lägre nivå, 75 procent jämfört med 53 procent brutto.

Skiljelinjen mellan att svara i mindre respektive större utsträckning än genomsnittet återfinns i 50-årsåldern, där den har legat sedan slutet av 1990-talet. Frågan

är om den kommer att bestå när yngre generationerna kommer upp åldrarna.

Den sämre svarsfrekvensen hos unga grupper är särskilt tydlig bland unga män. Hos män i åldrarna 16–29 år är svarsfrekvensen 32 procent, att jämföra med 40 procent hos kvinnor i motsvarande åldersgrupp. Bryter vi ner åldrarna ytterligare är det bland 20–24-åringar som skillnaden är som störst. Både kvinnor och män i denna grupp svarar i mindre utsträckning än någon annan åldersgrupp; endast 26 procent av männen och 38 procent av kvinnorna. Kön spelar mindre roll för svarsbenägenheten i de äldre åldersgrupperna, vilket innebär att åldersvariationen i svarsandelar totalt sett är som störst bland männen. I gruppen 80–85-åringar har 81 procent av männen besvarat enkäten, att jämföra med 31 procent i gruppen 20–24-åringar. Bland kvinnor är det bästa resultatet 75 procent svarsandel hos 60–79-åringarna mot det sämsta på 45 procent hos 20–24-åringarna. Kvinnors svarsbenägenhet är jämnare mellan åldersgrupperna än mäns.

Den fem procentenheter högre svarsfrekvensen i formulär 5 jämfört med den samlade svarsfrekvensen för övriga formulär borde speglas i alla åldersgrupper, men så är inte fallet. Den åldersgrupp som avviker mest från mönstret är igen 20–24-åringarna vars svarsfrekvens är lägre i formulär 5 än i de övriga enkäterna. 16–19-åringarna och 25–29-åringarna håller däremot det förväntade avståndet gentemot övriga enkäter med fem respektive åtta procentenheters högre svarsfrekvens i formulär 5 än i de övriga enkäterna. Ytterligare större avstånd är det i åldersgruppen 30–39-åringar vars svarfrekvens i formulär 5 är nio procentenheter högre än i övriga formulär. Även de allra äldsta har högre svarsfrekvens i formulär 5 än de förväntade fem procentenheter. Formulär 5 lyckades alltså inte attrahera de yngsta respondenterna, men väl de unga vuxna, upp till 39 år, som i större utsträckning svarade på formulär 5 än på övriga formulär.

De regionala skillnaderna i svarsbenägenhet är små. Det är svårast att få in svar från storstadsregionerna. Boende i Stockholm har tillsammans med sydsvenskarna lägst svarsfrekvens, 51 procent. Stockholm har tidigare år stått ut med lägst svarsfrekvenser, men i 2013 års undersökning är sydsvenskarna lika obenägna att svara. Detta är ett mönster vi känner igen från den regionala SOM-undersökningen i Skåne 2011, som slutade på en mycket lägre svarsfrekvens än både den nationella och den västsvenska SOM-undersökningen samma år. Västsverige, som också är en storstadsregion, har en svarsfrekvens strax över genomsnittet. Västsvenskar brukar generellt svara i något större utsträckning än övriga storstadsregioner, möjligen till följd av att undersökningen genomförs av Göteborgs universitet som är beläget i regionen. Som störst är svarsbenägenheten i mellersta Norrland, 58 procent (tabell 9). Inom varje delundersökning varierar svarsdifferensen med 7–12 procentenheter beroende på boendeområde. Formulär 5 har i genomsnitt fem procentenheters högre svarsfrekvens än övriga formulär i alla regioner utom i övre Norrland, där svarsfrekvensen är den samma, 56 procent, för formulär 2 och formulär 5.

Mixed mode

För andra året i rad genomfördes SOM-undersökningen med mixed mode-design. Mixed mode betyder att man använder flera datainsamlingsmetoder i en och samma frågeundersökning. I SOM-undersökningen 2013 samlades data in dels via pappersenkäter, dels via webbenkäter. Att kombinera datainsamlingsmetoder är ett sätt att öka svarsfrekvensen (Dillman 2000; Schaefer et al. 1998). Tidigare forskning också visat att för många valmöjligheter av svarsmetod vid första kontakten kan försämra svarsfrekvensen (Gilljam 2013) därför introducerades möjligheten att besvara enkäten via webben först i det andra enkätutskicket, den 7 oktober. I följebrevet till enkätutskicket fanns en länk till webbenkäten samt individuella koder för inloggning. Koderna bestod av en användarkod motsvarade respondentens löpnummer i urvalet och en unik pinkod. Inloggningsuppgifterna och instruktioner om hur man loggar in på webbenkäten fanns med i samtliga utskick som gjordes efter introduktionen i utskick två. Webbenkäten kunde också nås via länkar på SOM-institutets hemsida. Den elektroniska enkäten programmerades av SOM-institutet med ambition att vara så lik pappersenkäten som möjligt.

Det var 634 personer, motsvarande 3,7 procent av bruttourvalet, som besvarade enkäten via internet 2013. Det är en ökning från 2012 då endast 2,3 procent av bruttourvalet svarade via webben. Av samtliga som besvarade enkäten 2013 var det 7,5 procent som gjorde det via internet, att jämföras med 4,4 procent 2012. Erfarenheter från tidigare undersökningar har visat att det är svårt att få människor att svara på webben, men i takt med att människors internetvana utvecklas ökar andelen som svarar via internet. En bidragande orsak till att andelen webbsvar ökade så mycket mellan 2012 och 2013 är med stor sannolikhet SMS-påminnelserna som förenklade processen genom att tillgängliggöra enkäten i telefonen med en länk direkt till enkäten. Tillgängligheten till smartphones har också ökat avsevärt mellan 2012 och 2013.

Andelen som svarade via internet varje delundersökning varierar mellan 6,6 (formulär 3) och 8,2 procent (formulär 4). Andelen som svarade på webben i bruttourvalet varierar mellan 3,1 och 4,0 procent mellan delundersökningarna. Det kortare formulär 5, som totalt hade en högre svarsfrekvens än övriga formulär, hade inte en högre svarsfrekvens på webben.

Personerna som svarar via internet har en annan demografisk sammansättning än personerna som svarar på papper. I motsats till fördelningen i hela undersökningen var det fler män än kvinnor som svarade på webben; 59 respektive 41 procent. Fördelningen i gruppen som svarade på papper är 53 procent kvinnor och 44 procent män. Det var också främst yngre personer som valde att svara på webben. Medelåldern bland de som svarade på webben är 37 år, att jämföras med 53 år bland samtliga svarande.

Trots skillnader i demografi finns det ingen anledning att tro att personerna som svarar på webben avsevärt skiljer sig från de som svarar på papper i sina åsikter och vanor. Internationell forskning visar på små skillnader mellan papper och webb i svarsfördelning på slutna frågor medan benägenheten att skriva något i öppna

frågor är något större i webbmöde än i pappersenkäter. Det interna bortfallet – överhoppade delfrågor – är också något lägre på webb än på papper när man jämför identiska frågor (se t.ex. Barrios et al 2011; Dillman et al 2009). SOM-institutets inledande analyser indikerar att svarsfördelningarna från pappers- och webbrespondenter är i det närmaste obefintliga. Fördjupade analyser av modeffekter i SOM-undersökningarna kommer att genomföras under året.

Kontaktmönster i olika grupper

SOM-institutet använder sig av flera kontaktvägar under fältarbetets gång. Påminnelser genomförs via brev, via telefonsamtal till fasta och mobila telefoner och via sms till mobiltelefoner. Kontakt kan även initieras av respondenten genom de kontaktuppgifter till SOM-institutet och fältföretaget som inkluderas i alla utskick.

Tabell 10 Kontaktmönster i olika åldersgrupper (brutto) i den nationella SOM-undersökningen 2013 (procent samt procentdifferens relativt hela urvalet)

	Ålder									Totalt
	16-19	20-24	25-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	80-85	
Ej kontakt:										
Adress okänd, fel/ inget nummer	2	3	4	3	1	1	1	1	1	2
Adress okänd, fel/ inget nr/svar	24	25	26	23	17	14	8	5	6	16
Fungerande adress, inget svar på telefon	8	10	11	10	7	6	3	1	1	7
Kontakt:										
Bortfall/vägran (inkl. de som hävdar att de redan skickat in)	13	22	16	13	14	14	16	19	30	16
Svarsvillig (sagt att de har/vill ha ett nytt formulär att fylla i)	15	11	9	11	13	10	6	6	9	10
Enkät ifylld och inskickad	38	29	34	40	48	55	66	68	53	49
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Ej kontakt	34	38	41	36	25	21	12	7	8	25
Kontakt	66	62	59	64	75	79	88	93	92	75
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal	904	1 520	1 368	2 603	3 019	2 650	2 614	1 686	636	17 000

Kommentar: Resultaten baseras på registerdata.

Det har blivit allt svårare att få kontakt med de personer som väljs ut att delta i SOM-undersökningen. Med kontakt menas de som besvarar enkäten, svarar i telefon, svarar på sms eller självmant hör av sig till SOM-institutet. Undersökningåret 2013 hade SOM-institutet kontakt med 75 procent av respondenterna (tabell 10). Kontaktgraden 2010 var 82 procent och har sjunkit stadigt varje år sedan dess.

Det är de yngre svarspersonerna som är svårast att få kontakt med, vilket delvis förklarar de sjunkande svarsfrekvenserna i dessa grupper. Skiljelinjen mellan högre och lägre kontaktgrad går vid 40 års ålder. Med en kontaktgrad på 61 procent är 20–29-åringarna är svårast att få tag i. Kontaktmönstret varierar dock inom gruppen. De 25–29-åringar som vi får tag i är mer svarsvilliga än 20–24-åringarna som i sin tur har mycket högre andel svarsvägrare. Det är alltså både svårare att få tag i och svårare att få svar från 20–24-åringarna än övriga åldergrupper.

Undersökningens representativitet i relation till befolkningen

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

Naturligt bortfall och svarsvägran riskerar att leda till avvikelser från representativiteten mellan population och urval, vilket man måste vara uppmärksam på när man analyserar materialet. I tabell 11–13 redovisas bruttourvalet, nettourvalet och svarsgruppens representativitet i fråga om kön, ålder och geografisk hemvist relativt befolkningen. Alla jämförelser avser den del av befolkningen som urvalet representerar, det vill säga Sveriges befolkning i åldrarna 16 till 85 år.

För resultatens reliabilitet är det mest intressant att studera svarsgruppens sammansättning i relation till befolkningen. De låga svarsfrekvenserna i de yngsta åldergrupperna gör att unga människor är underrepresenterade i SOM-undersökningen. Kvinnor är något överrepresenterade, medan den geografiska sammansättningen speglar befolkningen väl.

Fördelningen mellan kvinnor och män är 50-50 i befolkningen och 52-48 i SOM-undersökningen (tabell 11). Mönstret är detsamma i alla delundersökningar utom i formulär 1 där fördelningen är densamma som i befolkningen totalt.

Tabell 11 Könsfördelning bland svarande och i urvalen jämfört med svenska befolkningen 2013 (procent)

	Befolkningsunderlag	Kvinnor	Män	Summa
	Befolkningen (16–85 år)	50	50	100
Formulär 1–5	Bruttourval	50	50	100
	Nettourval	49	51	100
	Svarande totalt	52	48	100
Formulär 1	Bruttourval	47	51	100
	Nettourval	48	52	100
	Svarande	50	50	100
Formulär 2	Bruttourval	50	50	100
	Nettourval	50	50	100
	Svarande	53	47	100
Formulär 3	Bruttourval	49	50	100
	Nettourval	49	51	100
	Svarande	52	48	100
Formulär 4	Bruttourval	50	50	100
	Nettourval	50	50	100
	Svarande	53	47	100
Formulär 5	Bruttourval	49	51	100
	Nettourval	49	51	100
	Svarande	53	47	100

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

Tabell 12 Åldersgruppernas fördelning bland svarande och i urvalen jämfört med svenska befolkningen 2013 (procent)

	Befolkningsunderlag	16–29 år	30–49 år	50–75 år	76–85 år	Summa
	Befolkning	23	33	37	7	100
Formulär 1–5	Bruttourval	22	33	38	7	100
	Nettourval	22	33	38	7	100
	Svarande	15	29	47	9	100
Formulär 1	Bruttourval	23	32	37	8	100
	Nettourval	22	33	38	7	100
	Svarande	15	29	47	9	100
Formulär 2	Bruttourval	22	33	38	7	100
	Nettourval	22	33	38	7	100
	Svarande	15	27	49	9	100
Formulär 3	Bruttourval	22	33	38	7	100
	Nettourval	22	34	38	6	100
	Svarande	14	31	47	8	100
Formulär 4	Bruttourval	22	34	37	7	100
	Nettourval	21	35	38	6	100
	Svarande	15	31	46	8	100
Formulär 5	Bruttourval	22	33	37	8	100
	Nettourval	23	33	37	7	100
	Svarande	16	30	45	9	100

Kommentar: Data om befolkningen är hämtade från SCB (www.scb.se); data om respektive urval är hämtade från registerdata; data om svarande från respondentens egen uppgift (registerdata om uppgift saknas).

Åldersrepresentativiteten i svarsgruppen skiljer sig mest åt från befolkningen bland 16–29-åringar som är underrepresenterade med åtta procentenheter och 50–75-åringar som är överrepresenterade med tio procentenheter (tabell 12). Störst är skillnaden i formulär 2 som har 14 procent 16–29 år-åringar och 49 procent 50–79-åringar, att jämföras med befolkningens 23 respektive 37 procent.

Representativiteten i SOM-undersökningarna har förändrats över tid sedan starten 1986 (Markstedt, 2014). Åldersrepresentativiteten var relativt god fram till mitten av 1990-talet då gapet i ålderssammansättningen började växa. De yngsta är underrepresenterade och de äldsta är överrepresenterade, medan gruppen 30–49-åringar håller jämn storlek med befolkningen.

Tabell 13 Fördelning på region bland svarande och i urvalen jämfört med svenska befolkningen 2013 (procent)

År	Befolknings- underlag	Stockholm	Östra Mel- lansverige	Småland med öarna	Sydsverige	Västsverige	Norra Mel- lansverige	Mellersta Norrland	Övre Norrland	Summa procent
	Befolkning	22	16	9	15	20	9	4	5	100
Formulär 1–5	Bruttourval	21	18	8	15	20	9	4	5	100
	Nettourval	21	17	8	15	20	9	4	6	100
	Svarande	21	18	8	14	21	9	4	5	100
Formulär 1	Bruttourval	21	18	9	15	19	8	4	6	100
	Nettourval	21	18	9	15	19	8	4	6	100
	Svarande	20	18	9	15	20	8	4	6	100
Formulär 2	Bruttourval	22	18	8	14	20	9	4	5	100
	Nettourval	22	18	8	14	20	9	4	5	100
	Svarande	21	17	9	13	20	9	5	6	100
Formulär 3	Bruttourval	21	17	8	15	20	9	4	6	100
	Nettourval	20	17	8	15	21	9	4	6	100
	Svarande	20	18	7	16	21	9	4	5	100
Formulär 4	Bruttourval	22	17	8	15	20	8	4	6	100
	Nettourval	23	16	8	15	20	8	4	6	100
	Svarande	21	18	8	14	21	8	4	6	100
Formulär 5	Bruttourval	22	17	8	15	21	9	3	5	100
	Nettourval	21	18	9	15	20	9	3	5	100
	Svarande	20	18	9	15	20	9	4	5	100

Kommentar: Data om befolkningen är hämtade från SCB (www.scb.se); data om respektive urval är hämtade från registerdata; data om svarande från respondentens egen uppgift (registerdata om uppgift saknas).

SOM-undersökningens urval består till 42 procent av personer som är gifta eller partnerskapsregistrerade. Det är en lika stor andel som i befolkningen totalt. Andelen gifta eller partnerskapsregistrerade bland SOM-undersökningens svars personer är däremot högre än i befolkningen totalt, 50 procent.

I Sverige har 7,5 procent av befolkningen utländskt medborgarskap. Motsvarande siffra i SOM-undersökningens urval är 7,1 procent och 14 procent av dessa faller bort från urvalet som naturligt bortfall, med bristande språkkunskaper som dominerande skäl. Endast 4 procent av dem som slutligen besvarar SOM-undersökningen har utländskt medborgarskap.

Jämförelserna mellan svars personernas och befolkningens demografiska sammansättning visar att SOM-undersökningens respondenter sammantaget speglar

Sveriges befolkning väl i de flesta avseenden. De personer som är underrepresenterade tillhör grupper som är mindre etablerade i samhället – yngre, singlar, utländska medborgare – där åldersfördelningen står för den största skevheten.

Representativitetens konsekvenser

Elias Markstedt har undersökt konsekvenserna av sjunkande svarsfrekvenser för undersökningens representativitet genom att vikta resultaten för kön, ålder och geografisk hemvist och jämföra svaren i den viktade och oviktade gruppen. Differensen mellan de viktade och oviktade svaren är ett mått på hur den sjunkande representativiteten påverkar skattningarna i SOM-undersökningen (Markstedt, 2014). De variabler som undersökts är strategiskt utvalda för att de varierar tematiskt och har ställts under lång tid. Det handlar bland annat om morgontidningsläsning, politiskt intresse, mellanmännisklig tillit, bedömningar av demokratin och politiska förslag.

Skattningarna i SOM-undersökningen av politiskt intresse påverkas mycket lite över tid av att vissa grupper är underrepresenterade. I årets undersökning skillnaden mellan de viktade och oviktade svaren dock något större än tidigare. Andelen som är ganska eller mycket intresserade av politik (55,6 procent) överskattas med 1,9 procentenheter. Måttet på mellanmännisklig tillit påverkas inte heller mycket över tid. Personer med hög mellanmännisklig tillit (58,2 procent) är överrepresenterade med 1,2 procenter och personer med låg tillit (10,4) är underrepresenterade med 0,8 procentenheter. Skevhet i skattningen ligger alltså framför allt hos personer med hög mellanmännisklig tillit. Bedömningen av den svenska demokratin påverkas i princip inte alls av att vissa grupper är underrepresenterade i undersökningen. De som är nöjda med demokratin i Sverige (74,0 procent) underskattas med 0,7 procentenheter och de som inte är nöjda med demokratin (22,3 procentenheter) överskattas med 0,2 procentenheter. Bedömningar av politiska förslag påverkas olika mycket beroende på vad det handlar om. Förslaget om att sänka skatterna påverkas mindre än förslaget om att ta emot färre flyktingar i Sverige. Det är i princip ingen skillnad mellan skattningarna i den viktade och oviktade gruppen på andelen som tycker att det är ett bra förslag att sänka skatterna. Andelen som tycker att det är ett dåligt förslag (31,5 procent) är däremot underskattad med 1,3 procentenheter. Mönstret är det samma i bedömningen av förslaget att ta emot färre flyktingar i Sverige, men skillnaden mellan de viktade och oviktade svaren är större i gruppen som tycker att det är ett dåligt förslag (30,6 procent) med en underskattning på 1,8 procentenheter. Morgontidningsläsning är en variabel som påverkas relativt mycket av skevheten i representativiteten. Personer som ofta läser en morgontidning (54,1 procent) överskattas med 7,6 procentenheter och personer som sällan eller aldrig läser någon morgontidning (27,1 procent) underskattas med 4,4 procentenheter.

Markstedt (2014) visar att reliabiliteten i attitydfrågor om politiska förslag och bedömningar av ekonomin är hög trots de sjunkande svarsfrekvenserna. Frågor om nyhetskonsumtion påverkas däremot något mer av att delar av befolkningen har en lägre representation i svarsunderlaget. De dalande svarsfrekvenserna har alltså en effekt på svarens reliabilitet i vissa typer av frågor.

Skillnader i svarsmönster mellan de fem editionerna

Som beskrivits ovan består SOM-undersökningen 2013 av fem olika frågeformulär varav det femte avvek från de övriga i både utseende och frågelayout. Ungefär en fjärdedel av frågorna i SOM-undersökningen ställdes i två eller fler formulär. Då frågeformuleringarna är identiska och sammansättningen av personer i svarsunderlaget mycket lik i alla formulär finns det goda skäl att anta att skattningarna är de samma i alla formulär. Så är dock inte fallet. Skattningarna varierar mellan formulären och det beror på att den kontext i vilken frågan ställs och besvaras påverkar människors svar. Kontexten kan vara en frågas placering gentemot andra frågor i formuläret eller placeringen under en viss rubrik, men det kan också vara de förutsättningar som råder för respondenten i ifyllarsituationen. Människor svarar annorlunda på samma fråga från en dag till en annan beroende på sinnestämning och omständigheter. SOM-undersökningens urval dock är tillräckligt stort för att anta att slumpen jämnar ut de ifyllarspecifika skillnaderna. Vi förlitar oss alltså på att slumpen ser till att den variation som uppstår i svarspersonernas vardagskontext jämnar ut mätfelet i urvalet. De skillnader som kvarstår att undersöka är de formulärspecifika kontextskillnaderna. Olika typer av frågor är olika känsliga för kontext. Ett enkelt sätt att kategorisera frågor är att dela in dem i vanefrågor, som kräver en subjektiv bedömning av något som går att mäta objektivt, och attitydfrågor, som kräver en subjektiv bedömning av något som inte går att mäta objektivt. Attitydfrågor är generellt mer kontextkänsliga, men vanefrågor påverkas också. Skattningarna i 45 procent av attitydfrågorna skiljer sig signifikant i jämförelsen mellan samtliga formulär. Tar man bort formulär 5 och jämför de återstående fyra är det 37 procent av attitydfrågorna som skiljer sig signifikant mellan formulären. Vanefrågorna skiljer sig signifikant åt mellan de fem formulären i 57 procent av fallen, men tar man bort formulär 5 sjunker andelen till 24 procent. Skillnaderna mellan formulären är inte nödvändigtvis stora, men de är tillräckligt stora för att det inte ska uppstått av slumpen. I kodboken till 2013 års undersökning redovisas en noggrann jämförelse av skattningarna i frågor som ställts i mer än ett formulär.

Sammanfattning

Den nationella SOM-undersökningen 2013 besvarades av 8 406 personer och har en svarsfrekvens på 53 procent. Svaren samlades i primärt in via pappersenkäter, men en liten andel respondenter svarade via internet. Undersökningen bestod av

fem delundersökningar varav den femte hade ett avvikande format och struktur som påverkade både svarsfrekvensen och skattningarna. Respondenterna svarade både i mindre utsträckning och senare under fältperioden än tidigare år. Svarsfrekvensen är lägre än i tidigare SOM-undersökningar, vilket föranlett en noggrann utvärdering av datamaterialets kvalitet (Markstedt, 2014). Unga människor, män och personer med svag samhällsförankring är i varierande grad underrepresenterade i undersökningen, men det påverkar få frågor över tid. Medievanefrågor påverkas mest av skevheten i svarsunderlaget och attitydfrågor påverkas mycket lite. Med insikt om underlagets brister kan SOM-undersökningen 2013 sammanfattningsvis utgöra ett gott underlag för samhällsanalys.

SOM-institutet fortsätter att undersöka alla underlag och utvärdera metoden för att förstå konsekvenser av en sjunkande svarsfrekvens och för att kunna göra mer valida undersökningar. På SOM-institutets hemsida finns i en särskild rapport fördjupade metodanalyser och utvärderingar av årets fältarbete (Bové et al, 2014).

Noter

- ¹ Parallellt med den nationella SOM-undersökningen genomför SOM-institutet en motsvarande enkätundersökning på årlig basis i Västra Götalandsregionen.
- ² Kinnmark Information AB anlätades 2013
- ³ Enkätlängden har varierat mellan 17 och 20 A4-sidor med frågor.
- ⁴ 2013 års SOM-undersökningar kodades av Klara Bové och Nora Oleskog Tryggvason
- ⁵ www.som.gu.se/undersokningar
- ⁶ Två undersökningsföretag, Concilia Information och Detector AB, anlätades 2013.
- ⁷ Det artificiella numret är längre än ett vanligt telefonnummer, men kan ta emot SMS och administreras via en dator istället för telefon.

Referenser

- Barrios, Maite, Anna Villarroya, Ángel Borrego och Candela Ollé (2011) Response Rates and Data Quality in Web and Mail Surveys Administered to PhD Holders. *Social Science Computer Review*, 29(2), pp. 208-220
- Bové, Josefine, Jonas Hägglund och Frida Vernersdotter (2014), "Metodrapport – fördjupade analyser av 2013 års fältarbete". Rapport 2014:x, SOM-institutet, Göteborgs Universitet
- Dillman, Don A. (2000). *Mail and Internet Surveys: the tailored design Method*. New York: Wiley.

- Dillman, Don A., Phelps, Glenn, Tortora, Robert, Swift, Karen, Kohrell, Julie, Berck, Jodi och Messer, Benjamin L. (2009) Response rate and measurement differences in mixed-mode surveys using mail, telephone, interactive voice response (IVR) and the Internet. *Social Science Research*, 38, pp. 1-18.
- Edwards, Phil, et al. "Increasing response rates to postal questionnaires: systematic review." *Bmj* 324.7347 (2002): 1183.
- Gilljam, Mikael, et al. "Comparison of Web and Mail Responses in a Census of Swedish Local Political Representatives." *Survey Practice* 4.3 (2013).
- Markstedt, Elias (2014) "Representativitet och viktning - Riks-SOM som spegel av det svenska samhället 1986-2013". Rapport 2012:30 v2. SOM-institutet, Göteborgs Universitet
- Schaefer, David R., and Don A. Dillman. "Development of a standard e-mail methodology: Results of an experiment." *Public opinion quarterly* (1998): 378-397.

