SOM-INSTITUTET
SAMHÄLLE OPINION MEDIER
2024

SOM-undersökningen i Göteborg 2023 - En metodöversikt

[SOM-rapport nr 2024:6]

SOM-INSTITUTET
SAMHÄLLE OPINION MEDIER

GÖTEBORGS UNIVERSITET

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
Webbsvar 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 Inflöde 11
7 Svarsfrekvens och bortfall 13
Kontaktgrad 15
Svarsbortfall 17
8 Representativitet 19
Svarsgruppens sammansättning 19
Referenser 22
Appendix I. SMS-påminnelser i SOM-undersökningen i Göteborg 2023 23

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 SOM-undersökningen i Göteborg 2023.[1] Utöver denna rapport finns även motsvarande rapporter för den nationella SOM-undersökningen 2023 och den västsvenska SOM-undersökningen 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 respondenterna. Därefter ligger fokus på svaren och inflöde av svar, där svarsmönster, 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 SOM-undersökningarnas långa historia har målpopulationen för studierna varierat något, men är överlag likvärdiga. Populationen för SOM-undersökningen i Göteborg 2023 var 16–90-åringar boende i Göteborgs kommun. Det är denna population som undersökningen gör anspråk på att uttala sig om.

Urval

SOM-undersökningen i Göteborg 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 Göteborg. 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.

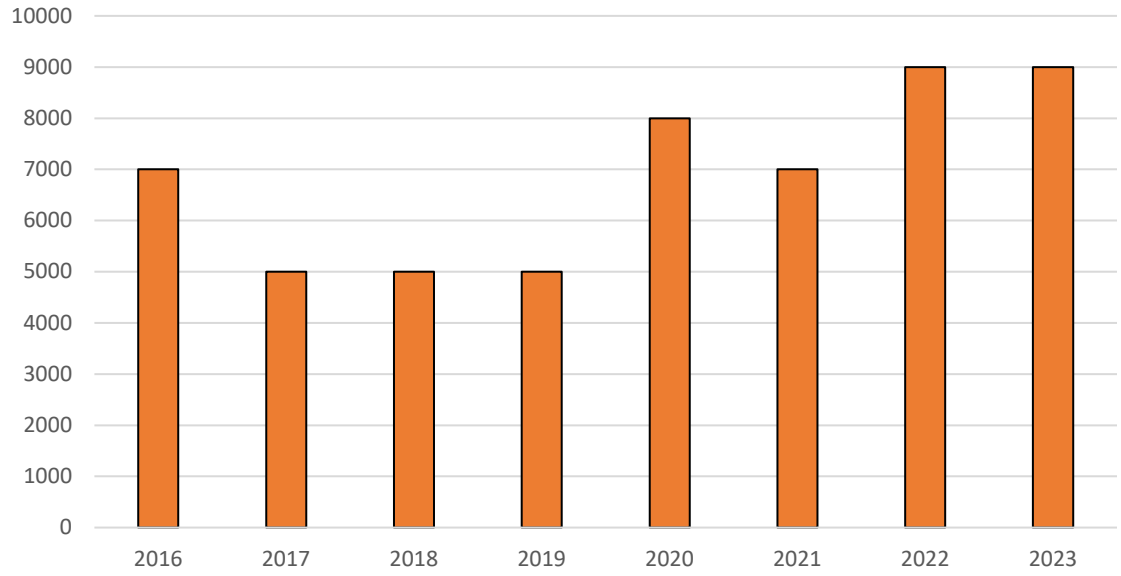
Tabell 1 redovisar urvalet i SOM-undersökningen i Göteborg 2023. SOM-undersökningen i Göteborg 2023 hade ett totalt urval om 9 000 personer.

Tabell 1 Urval i 2023 års SOM-undersökning i Göteborg

Undersökning/urvalsgrupp	Urvalsstorlek	Ålder
Totalt	9 000	16–90 år

Figur 1 visar hur urvalet i SOM-undersökningen i Göteborg sett ut under de åtta år undersökningen genomförts. Urvalet har varierat något över tid. Under 2016 års undersökning var urvalet 7 000 på grund av ett incitamentsexperiment (Arkhede, Oscarsson & Vernersdotter, 2017) och 2017–2019 låg urvalet på 5 000. I 2022 samt 2023 års undersökningar uppgick urvalet till 9 000, återigen på grund av metodexperiment. Experimenten från undersökningen 2023 redovisas i delen om fältarbete i denna rapport.

Figur 1 Urval i SOM-undersökningen i Göteborg 2016–2023 (antal)



Urvalet till årets undersökning 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 för kontroll av urvalets representativitet relativt befolkningen.

3 Frågeformulär

SOM-undersökningen i Göteborg 2023 genomfördes huvudsakligen med postalt utskickade brev som gav möjlighet att besvara enkäten på webben, men även med postalt utskickade frågeformulär.

Pappersformulärens utformning och innehåll

Formuläret bestod av en framsida, en förstasida med instruktioner och innehållsförteckning, 12 sidor med enkätfrågor och en baksida. Totalt var hela formuläret 16 sidor. Formuläret var i likhet med tidigare års enkäter i A4-format. År 2020 genomfördes ett experiment i SOM-undersökningen i Göteborg som utvärderade effekten av ett formulär på 12 frågesidor jämfört med ett på 9 frågesidor. Experimentet visade att svarsfrekvensen minskade bland de som svarade på papper men var inte påverkad bland de som svarade på webben (Sandelin, 2022). Resultaten från experimentet användes som underlag till beslutet att från och med 2021 utöka formuläret till 12 frågesidor. Tabell 2 ger en översikt över formulären 2016–2023.

Tabell 2 Formulärets innehåll, SOM-undersökningen i Göteborg 2016–2023

År	Antal frågor	Sidor enkätfrågor	Totalt antal sidor
2016	46	8,5	12
2017	45	8,5	12
2018	48	9	12
2019	47	9	12
2020 Edition 1	50	9	12
2020 Edition 2	63	12	16
2021	58	12	16
2022	61	12	16
2023	65	12	16

Huvuddelen av frågorna i SOM-undersökningen i Göteborg 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 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 SOM-undersökningen i Göteborg 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 datainsamlings-

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

metoden var en webbenkät, även där administrerade Institutet för kvalitetsindikatorer (Indikator) formulären och datainsamlingen. Vid slutet av fältperioden slogs data från pappersenkäterna och webbenkäterna ihop till en samlad datafil.

Webbsvar

I SOM-undersökningen i Göteborg 2023 fick respondenterna *enbart* möjligheten att svara på webben vid det första utskicket, något som introducerades 2021 och som resulterade i en högre andel webbsvar. Här skiljer sig fältplanen något för SOM-undersökningen i Göteborg jämfört med övriga SOM-undersökningar.

Tabell 3 visar andel webbsvar i SOM-undersökningen i Göteborg sedan starten 2016. Det var 3 027 personer, motsvarande 33,6 procent av bruttourvalet och 70,3 procent av de svarande som besvarade den SOM-undersökningen i Göteborg digitalt 2023.

Tabell 3 Andel webbsvar för SOM-undersökningarna i Göteborg 2016–2023 (antal, procent)

Undersökning och år	Antal webbsvar	Andel av svarande
SOM-undersökningen i Göteborg 2016	549	15,9
SOM-undersökningen i Göteborg 2017	378	14,1
SOM-undersökningen i Göteborg 2018	422	16,6
SOM-undersökningen i Göteborg 2019	460	19,1
SOM-undersökningen i Göteborg 2020	967	24,4
SOM-undersökningen i Göteborg 2021	2 476	73,0
SOM-undersökningen i Göteborg 2022	2 988	70,1
SOM-undersökningen i Göteborg 2023	3 027	70,3

Vem svarar på webben och hur?

Svarsmönstret i olika grupper bland webbsvaren har visat sig stabilt under de åtta år SOM-undersökningen i Göteborg genomförts. Samma mönster kan noteras i den nationella och västsvenska SOM-undersökningen där webbsvar varit möjligt sedan 2012. Det finns en tydlig åldersskillnad mellan andel papperssvar och webbsvar, där de yngre i högre utsträckning svarar på webb och de äldre i högre utsträckning svarar på papper, en skillnad som dock har minskat i och med skiftet till att enbart kunna svara på webben vid första utskicket. I SOM-undersökningen i Göteborg 2023 var det omkring 80 procent av de svarande mellan 20 och 29 år som valde att svara på webben. Motsvarande andel i gruppen 60–69 åringar var 64 procent och i gruppen 70–79 åringar 60 procent. Andelen män som svarar på webben (72 procent) skiljer sig signifikant mot andelen kvinnor (69 procent).

Det interna svarsbortfallet, det vill säga den andel av de svarande som valt att inte svara på en eller flera frågor i enkäten men som ändå skickat in den, skiljer sig signifikant åt beroende på om respondenten svarar på webben (tre procent) eller på papper (sju procent). Denna skillnad kvarstår vid kontroll för kön och ålder.

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 36 procent av de digitala svaren på den SOM-undersökningen i Göteborg 2023 från en dator, 62 procent från en mobiltelefon och resterande 2 procent från en surfplatta.

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

Undersökning	Andel svar på dator	Andel svar på mobil	Andel svar på surfplatta
SOM-undersökningen i Göteborg 2018	55	37	8
SOM-undersökningen i Göteborg 2019	51	42	7
SOM-undersökningen i Göteborg 2020	50	46	4
SOM-undersökningen i Göteborg 2021	38	61	1
SOM-undersökningen i Göteborg 2022	43	54	3
SOM-undersökningen i Göteborg 2023	36	62	2

Precis som det finns åldersskillnader bland de som svarar på papper respektive webb återfinns en ojämn åldersfördelning bland de som svarar på dator, surfplatta eller 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 login medför att webbsvaren kan brytas ner på tre olika logintyper, likt tabell 5 visar. Majoriteten av respondenterna föredrar att logga in i webbenkäten via QR-kod. En tydlig trend syns dock även här, där de yngre åldersgrupperna i högre utsträckning väljer att logga in via QR-kod, jämfört med de äldre åldersgrupperna som främst använder webblänk. Både kvinnor och män använder främst 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
SOM-undersökningen i Göteborg 2023	41	51	8

5 Fältarbete

Fältarbetet för 2023 års SOM-undersökning i Göteborg 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 103 dagar, vilket är ungefär lika lång 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 (Arkhede, 2018) och införandet av incitament för att delta i undersökningen (Arkhede, 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 (Sandelin & Falk, 2024). Incitamentsexperimentet 2023 syftade till att se om incitament med ett högre monetärt värde kunde öka svarsfrekvensen hos personer under 40 år[3], 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 incitamentexperimentet 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 incitamentexperimentet 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 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 ett följebrev ut med instruktioner om hur man besvarade enkäten på webben, en informationsbroschyr om SOM-institutets verksamhet samt kort information på 8 olika språk. Tidigare år har respondenter erbjudits möjligheten att besvara enkäten både på papper och via internet, men sedan 2021 års SOM-undersökning i Göteborg ges möjligheten att besvara enkäten på papper först i samband med missiv 2. Förändringen gjordes efter ett experiment i den nationella SOM-undersökningen 2020. För en kort sammanfattning av slutsatser från det experimentet, läs här. Under resterande del av fältperioden genomfördes en serie påminnelseinsatser per brev och per sms. Alla påminnelser via brevmissiv innehöll pappersenkäten tillsammans med ett frankerat svarskuvert. Utöver det innehöll samtliga papperspåminnelser, inklusive tack- och påminnelsekortet, inloggningsuppgifter till webbenkäten samt en QR kod som tog respondenterna direkt till webbenkäten. Påminnelser via SMS innehöll länk och inloggningsuppgifter till webbenkäten. De utvalda respondenterna kunde när som helst under fältperioden avsäga sin medverkan genom att ta kontakt med SOM-institutet eller fältföretaget varpå påminnelseinsatserna upphörde.

Totalt genomfördes 11 insatser (aviseringar och påminnelser), varav ett aviseringskort, fem postala utskick där de fyra sista innehöll en pappersenkät, 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** – information om hur man besvarar enkäten på webben, informationsbroschyr och information på nio språk,
27 sept	Utskick av **Tack-/påminnelsevykort** (med omslutande kuvert)
5 okt	Utskick av **Missiv 2** – formulär, svarskuvert och penna.
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 **SMS 4**. Innehållande länk för att avböja medverkan i undersökningen.
7 dec	Utskick av **Missiv 5** – formulär, svarskuvert och bortfallsenkät.
30 dec	**Fältstopp**

Under fältperioden skickades ett tackbrev ut till de respondenter som besvarat undersökningen. I början av fältperioden när inflödet var högt skickades tackbrev ut flera gånger i veckan, men senare under fältperioden när inflödet var lägre skickades tackbrev ut en gång i veckan. Tackbrevet innehöll en belöning i form av en trisslott eller annat erbjudet incitament till de respondenter som hade fyllt 18 år innan fältperiodens start, alternativt 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 (Arkhede, Oscarsson och Vernersdotter, 2017). Från och med 2017 års SOM-undersökningar erbjöds denna belöning till samtliga svarande.

Fältarbetet avslutades med att Institutet för kvalitetsindikatorer (Indikator) gjorde en slutskanning av inkomna enkäter och sammanställde en datafil som skickades till SOM-institutet för validering den 4 januari 2024. Den sista registrerade enkäten inkom 2 januari. Vid datavalideringsprocessens slut avidentifierades enkäterna och alla kontaktuppgifter raderades. De fysiska enkäterna som kommit in förstördes i enlighet med bestämmelser om sekretessavfall.

Postala påminnelser

Utskick och påminnelser per post är stommen i SOM-undersökningarnas fältperiod. Ungefär 50 procent av det totala urvalet fick samtliga postala utskick då de varken svarade eller hörde av sig för avregistrering.

Efter att aviseringskort och det första missivet med möjlighet att besvara enkäten på webben 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 48 procent av urvalet vid fältperiodens början. Då 52 procent av det urval som gick till telefonnummersättning inte gick att telefonnummersätta blev enbart cirka 13 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 SOM-undersökning i Göteborg.

Tabell 7 Andel telefonnummersatta (mobiltelefonnummer) per åldersgrupper, SOM-undersökningen i Göteborg 2023 (procent)

Samtliga	16–29 år	30–49 år	50–64 år	65–90 år
48%	27%	50%	57%	59%

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

Tabell 8 SMS-utskick i SOM-undersökningen i Göteborg 2023

Utskick	Antal skickade sms	Fältdag
1	2 245	31
2	1 923	50
3	1 731	66
4	1 186	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, Tripple & Weissenbilder, 2018). Fördelarna med detta är flera, bland annat slipper respondenterna motta ett större antal utskick av enkäten vilket även är finansiellt och miljömässigt besparande. Nackdelarna är att man riskerar att missa respondenter som eventuellt hade svarat vid ett andra utskick av enkäten, om en möjlighet att avböja ej hade funnits tillgängligt.

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

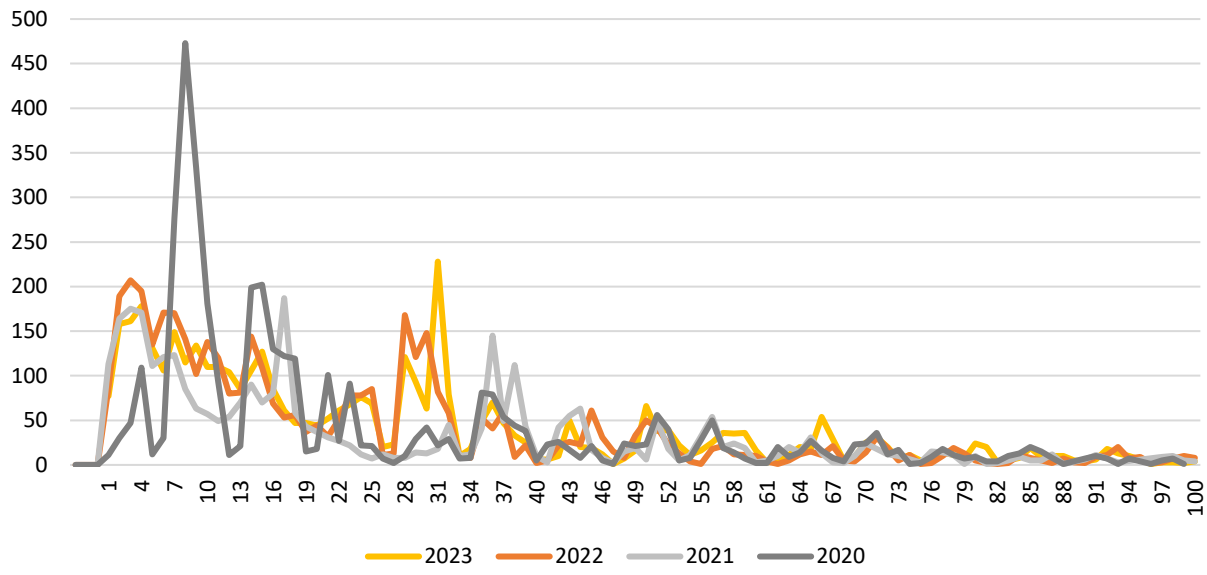
	Antal avböjd medverkan	Andel SMS-mottagare som avböjd medverkan	Andel av bortfall*
SOM-undersökningen i Göteborg	438	9%	5%

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

6 Inflöde

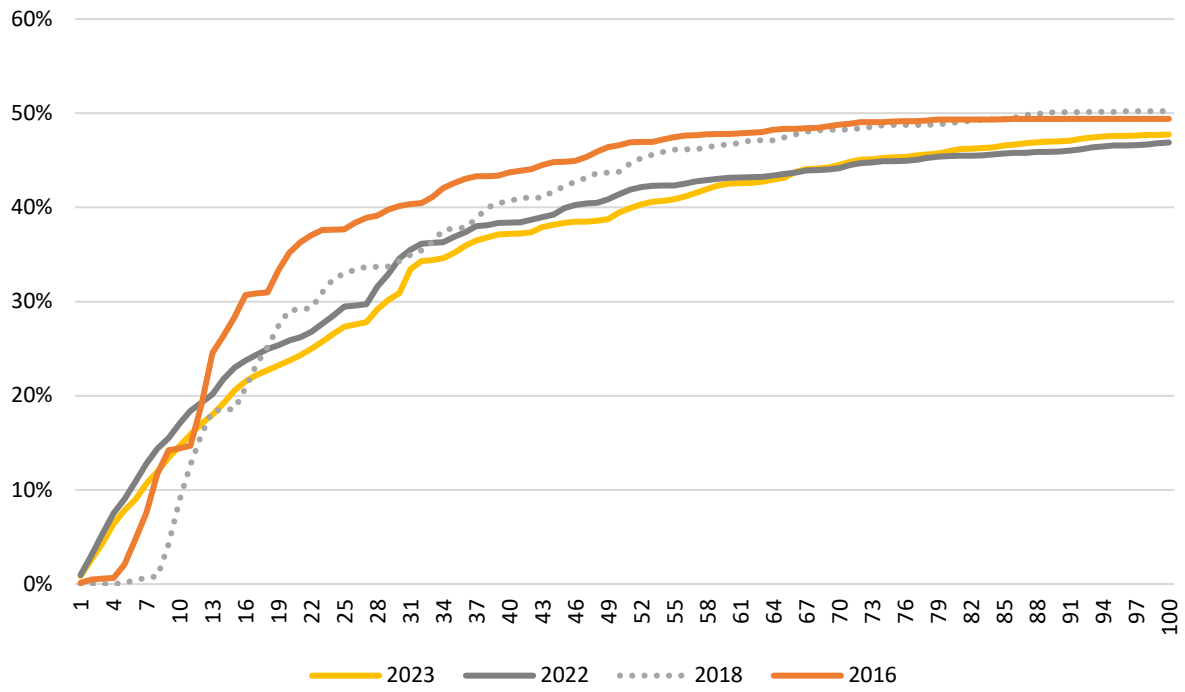
SOM-undersökningen i Göteborg har under de första åren den genomförts uppvisat liknande inflödesmönster. Dock är inflödesmönstret något annorlunda från 2021 års undersökning jämfört med åren dessförinnan, till följd av de förändringar som gjorts i fältarbetet (se kapitel 5). Den första toppen av inkommande enkäter 2021–2023 skedde tidigare än 2020 med tanke på att respondenter bara kunde besvara enkäten på webben och dessa enkäter inkommer direkt när respondenten skickat in den, i jämförelse med en pappersenkät (se figur 2). Den höga toppen vid fältdag 8 under år 2020, som är en effekt av det första utskicket med pappersenkät och inloggningsuppgifter till webbenkät, syns inte lika tydligt 2021–2023, utan inflödet var mer konstant. Inflödet av ifyllda enkäter under fältperioden kommer i vågor, tydligt i fas med utskick, helger och påminnelseåtgärder.

Figur 2 **Inflöde per dag i SOM-undersökningen i Göteborg 2020–2023 (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 SOM-undersökning i Göteborg 31 procent och 90 procent av de slutgiltiga svaren kom in före första november (se figur 3).

Figur 3 **Dagligt inflöde av enkäter i SOM-undersökningen i Göteborg 2016–2023 (kumulativ procent av bruttourvalet)**



30 dagar in i fältperioden ligger som tidigare nämnt bruttosvarsfrekvensen på 31 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 prenumeration på morgontidning, 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 undersökningars fältperiod avhjälpte initiala skevheter något såväl svarsgruppens ålder som i prenumeration på morgontidning och politiskt intresse. Bland de olika åldersgrupperna syns tydligt hur de mellan 20–39 år, som är svåra att nå under fältperioden, svarar i något större utsträckning när fältperioden hålls längre.

Tabell 10 **Effekt av lång fältperiod på SOM-undersökningen i Göteborg 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	Prenumeration på morgon-tidning[5]
Fältdag 40	3,9	12,1	17,2	14,9	15,7	15,4	14,9	6,0	100,0	23,3	15,3
Sista fältdagen	3,9	13,5	18,1	15,6	15,6	14,6	13,3	5,4	100,0	21,7	13,7
Δ fältdag 40 och sista fältdag	-0,0	+1,4	+0,9	+0,7	-0,1	-0,8	-1,6	-0,6	100,0	-1,6	-1,6

[5] Prenumeration på morgontidning avser Göteborgs-Posten.

7 Svarsfrekvens och bortfall

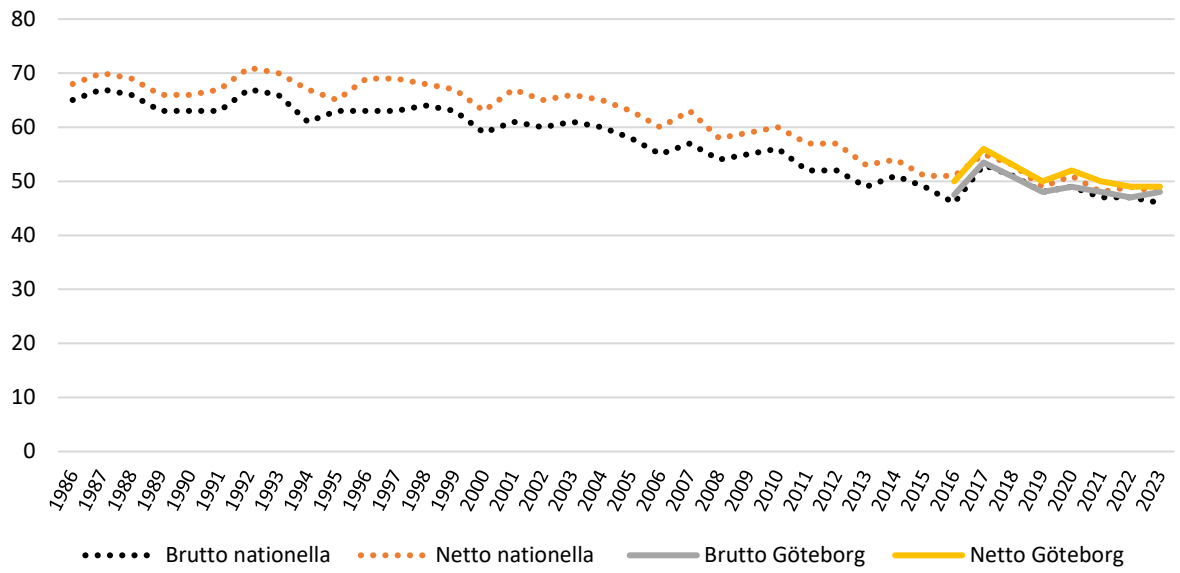
Från bruttourvalen räknar vi bort ett så kallat naturligt bortfall. Det naturliga bortfallet redogörs för senare i kapitlet. Det kvarvarande nettourvalet ligger till grund för redovisningar av undersökningarnas svarsfrekvens. Nettosvarsfrekvensen för den SOM-undersökningen i Göteborg 2023 var 49 procent.

Tabell 11 Svarsfrekvenser för SOM-undersökningen i Göteborg 2023

Bruttourval	9 000
Naturligt bortfall	295
Nettourval	8 705
Vägran	499
Ej anträffade	3 901
Antal svarande	4 305
Svarsfrekvens brutto	48 %
Svarsfrekvens netto	49 %

Historiskt har de nationella SOM-undersökningarna uppvisat en mycket hög svarsfrekvens med en genomsnittlig svarsfrekvens för alla de nationella undersökningarna 1986–2023 på 61 procent medan motsvarande siffra för bruttosvarsfrekvensen är 57 procent (figur 4). Den genomsnittliga nettosvarsfrekvensen för Göteborg 2016–2023 är 52 procent och bruttosvarsfrekvensen 50 procent. Svarsfrekvensen har i de nationella SOM-undersökningarna, precis som i många andra undersökningsserier, sjunkit i jämn takt sedan början på 1990-talet till följd av lägre kontaktgrad och fler svarsvägrare. I och med de instiftade incitamenten uppvisade dock undersökningen en tillfällig stigande svarsfrekvens år 2017. Skillnaden mellan brutto- och nettosvarsfrekvensen är 1 procentenhet i 2023 års undersökning. Sedan SOM-undersökningarna i Göteborg startade 2016 har det varit mellan en och tre procentenheters skillnad mellan brutto- och nettosvarsfrekvens (se figur 4).

Figur 4 **Brutto- och nettosvarsfrekvens i de nationella SOM-undersökningarna 1986–2023 och SOM-undersökningen i Göteborg 2016–2023 (procent)**



Av tabell 12 framgår hur svarsbenägenheten i SOM-undersökningen i Göteborg varierar med könstillhörighet, ålder och stadsdel. I likhet med erfarenheterna från tidigare års SOM-undersökningar i Göteborg svarar kvinnor som grupp i större utsträckning än vad män gör. Av kvinnorna svarade 50 procent och av männen svarade 45 procent på SOM-undersökningen i Göteborg 2023. Denna könsskillnad är relativt konstant över tid då den genomsnittliga skillnaden i svarsfrekvens sedan starten 2016 är fem procentenheter. Representativiteten i olika åldersgrupper medför en stor utmaning. De äldre åldersgrupperna svarar i mycket högre utsträckning än de yngre åldersgrupperna. Införandet av incitament i 2017 års undersökningar är ett försök att hantera denna problematik och trisslotter visade sig vara en mer effektiv belöning i de yngre åldersgrupperna än i de äldre (Arkhede, Oscarsson & Vernersdotter, 2017). Mellan Göteborgs fyra olika stadsområden så är skillnaden i nettosvarsfrekvens påtaglig. Det skiljer omkring 22 procentenheter i svarsfrekvens 2023 mellan det stadsområde som har lägst, Nordost (33%), jämfört med den som har högst, Sydväst (55%).

Tabell 12 Nettosvarsfrekvens i olika grupper i SOM-undersökningarna i Göteborg, 2016–2023 (procent)

		2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Antal nettourval 2023
	Samtliga	50	56	53	50	52	50	49	49	8 705
Kön	Kvinnor	53	58	55	52	54	53	53	50	4 504
	Män	47	54	51	48	50	47	47	45	4 465
Ålder	16–19 år	43	49	45	40	43	40	46	43	395
	20–24 år	35	39	38	35	41	39	37	31	740
	25–29 år	40	48	42	41	40	44	38	37	959
	30–39 år	44	49	47	45	45	44	41	40	1 949
	40–49 år	46	52	52	49	49	50	48	47	1 421
	50–59 år	54	62	55	53	56	49	52	55	1 231
	60–69 år	67	70	66	62	64	64	63	61	1 031
	70–79 år	70	77	77	73	73	66	68	65	881
	80–85 år	58	71	74	76	66	68			
	80–90 år							67	60	393
Stadsområde	Nordost	43	40	40	38	37	36	37	33	1 472
	Centrum	56	61	58	55	57	58	55	53	3 131
	Sydväst	56	62	58	52	53	55	55	55	1 861
	Hisingen	49	55	52	50	54	46	48	46	2 482

Kommentar: Resultaten baseras på registerdata från Skatteverkets registertjänst *Navet*.

Kontaktgrad

En grundförutsättning för att få svar på SOM-undersökningen 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 eller undersökningsföretaget under fältperioden noteras som bekräftad kontakt, även de som hör av sig för att avböja medverkan. Respondenter som vi inte haft bekräftad kontakt med kan ha mottagit och öppnat brevet och valt att inte svara på enkäten utan att informera SOM-institutet, eller så har kontaktförsöken inte nått personerna. Kontaktgraden i tabell 13 är således en indikation på både kontaktsvårigheter och ointresse att svara. Kontaktgraden i de nationella SOM-undersökningarna har minskat stadigt sedan 2010, de främsta anledningarna är att färre personer återkopplat till SOM-institutet samt ökade svårigheter att etablera telefonnummer till personerna i urvalet. Kontaktgraden för SOM-undersökningen i Göteborg visade en relativt stabil nivå de första tre åren undersökningen genomfördes. 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. I 2023 års SOM-undersökning ökade kontaktgraden något jämfört med 2021 och 2022, vilket grundar sig i en ökad telefonnummersättningsgrad. Totalt

omkring 56 procent av urvalet i den SOM-undersökningen i Göteborg 2023 återkopplade på något sätt till SOM-institutet.

Tabell 13 Bekräftad kontakt i SOM-undersökningarna i Göteborg 2016–2023 (procent)

	Kontakt	Ej kontakt	Summa
2016	60,5	39,5	100
2017	64,3	35,7	100
2018	63,1	36,9	100
2019	54,5	45,5	100
2020	56,4	43,6	100
2021	53,1	46,9	100
2022	52,6	47,4	100
2023	55,8	44,2	100

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

I tabell 14 redovisas kontaktmönstret i detalj i SOM-undersökningen i Göteborg 2016–2023. Andelen som inte gått att telefonnummersätta (och därmed utan telefonnummer) ökade stort 2019 jämfört med 2018 och ökade ytterligare något 2020. Huvudanledningen är att SOM-institutet 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 telefonnummersatta som vi inte får kontakt med och andelen vi får kontakt med men som inte skickar in enkäten.

Tabell 14 Kontaktmönster i SOM-undersökningen i Göteborg 2016–2023 (procent)

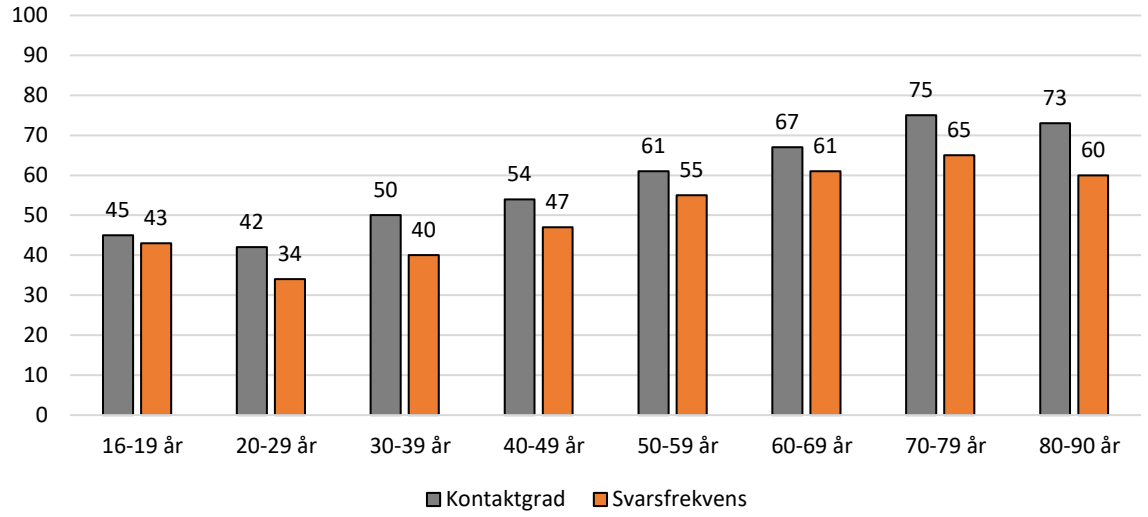
	Ej kontakt				Kontakt			
	Adress okänd, utan telefonnummer	Adress okänd, med telefonnummer (ej svar på telefon)	Adress känd utan telefonnummer	Adress känd med telefonnummer (ej svar på telefon)	Ej inskickad enkät	Enkät ifylld och inskickad	Summa procent	Antal
2017	2,2	0,0	30,5	3,4	10,3	53,5	100	5 000
2018	1,7	0,0	23,9	9,6	14,0	50,8	100	5 000
	Adress okänd utan mobilnummer	Adress okänd med mobilnummer	Adress känd utan mobilnummer	Adress känd med mobilnummer	Ej inskickade enkät	Enkät ifylld och inskickad		
2016*	2,3	0,5	27,7	11,1	8,9	49,4	100	7 000
2019	2,0	0,2	30,2	13,0	6,3	48,2	100	5 000
2020	2,2	0,3	30,5	10,6	7,0	49,4	100	8 000
2021	2,1	0,4	31,2	13,2	5,2	47,9	100	7 000
2022	2,0	0,2	36,0	9,3	5,2	47,3	100	9 000
2023	0,6	0,2	28,3	15,1	8,0	47,8	100	9 000

Kommentar: *I SOM-undersökningen i Göteborg 2016 genomfördes inga telefonpåminnelser, bara SMS-påminnelser.

Kontaktgraden liksom svarsfrekvensen varierar i urvalets olika åldersgrupper. Det är de yngre svarspersonerna som är klart svårast att etablera en kontakt med, vilket återspeglas i svarsfrekvensen. Bland personer i åldrarna 16–39 år är kontaktgraden mellan 45 och 50 procent. Kontaktgraden ökar

stadigt upp i åldrarna och bland dem i åldrarna 70–79 år är det endast 25 procent som vi inte har någon bekräftad kontakt med. Figur 5 visar kontakt- och svarsmönster för olika åldersgrupper. Differensen mellan bruttosvarsfrekvensen och bekräftad kontakt är mellan två och tretton 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 SOM-undersökningen i Göteborg 2023 (procent)**



Svarsbortfall

Av de 4 695 personer som inte svarade på SOM-undersökningen i Göteborg 2023 var det 555 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 304 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” samt de som bor utomlands eller är bortresta under längre tid och därför inte är bosatta på den adress de är skrivna på i Sverige (tabell 15), se dock även information om täckningsfel i avsnitt 2. En mindre grupp utgör ”fysiskt/mentalt oförmögen att svara” samt personer som registrerats som avlidna under fältperioden. Den minsta gruppen naturligt bortfall utgörs av ”ej svensktalande/språksvårigheter”.

Tabell 15 Kategorier av naturligt bortfall i SOM-undersökningen i Göteborg 2023 (procent)

Anledning	Procent
Fysiskt/mentalt oförmögen att svara	12
Adress okänd/flyttat	64
Bor utomlands/bortrest på längre tid	13
Ej svensktalande/språksvårigheter	3
Avliden	8
Summa procent	100
Antal personer	304

Mot bakgrund av att undersökningarna definierar bort personer som är fysiskt och mentalt oförmögna att svara på enkäten, finns det anledning att betona att undersökningens resultat i första hand speglar en frisk 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 251 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 SOM-undersökningen i Göteborg 2023 (procent)

Anledning	Procent
Har inte tid	31
För många frågor	11
Vill av princip inte delta	17
Frågorna är ointressanta	4
Litar ej på anonymiteten	6
Frågorna är för svåra	3
Annat/blandade skäl/ej uppgett specifikt skäl	28
Summa procent	100
Antal personer	251

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.

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. 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 boende i Göteborgs kommun i åldrarna 16 till 90 år.

Fördelningen mellan kvinnor och män är 50/50 i befolkningen. Bland de svarande i SOM-undersökningen i Göteborg är fördelningen 53/47, vilket tydliggör hur kvinnor är mer benägna att svara på undersökningen än män (tabell 17).

Tabell 17 Könsfördelning bland urval och svarande jämfört med befolkningen i Göteborg, SOM-undersökningen i Göteborg 2023 (procent)

Befolkningsunderlag	Kvinnor	Män	Summa
Befolkningen	49,7	50,3	100
Bruttourval	50,2	49,8	100
Nettourval	50,5	49,5	100
Svarande totalt	52,8	47,2	100

Kommentar: Data om befolkningen, avgränsade till åldersintervallet 16–90 år och data om respektive urval är hämtade från registerdata från Statistiska centralbyrån (www.scb.se). Data om svarande är hämtade från respondentens egen uppgift (registerdata i de fall uppgift saknas).

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 sju procentenheter (tabell 18). Skevheten i åldersfördelningen är större bland män än bland kvinnor.

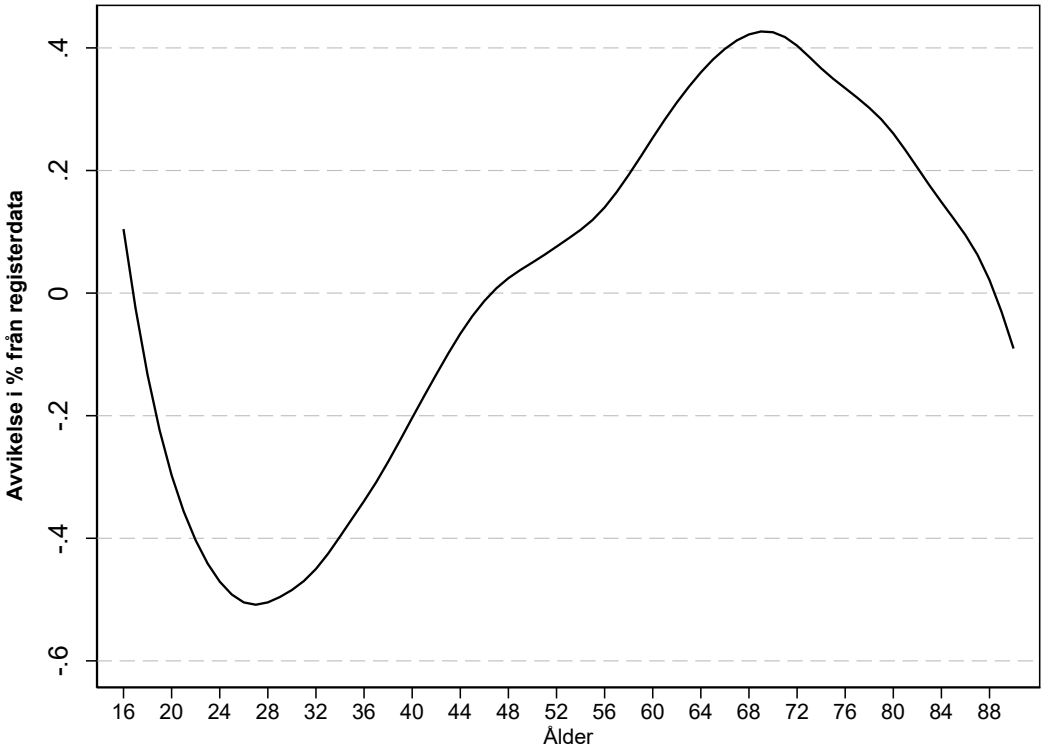
Tabell 18 **Åldersgruppernas fördelning bland svarande och i urvalet jämfört med befolkningen i Göteborg, SOM-undersökningen i Göteborg 2023 (procent)**

Befolkningsunderlag	16–29 år	30–49 år	50–64 år	65–90 år	Summa
Befolkning	24,4	37,0	20,1	18,5	100
Bruttourval	23,3	37,4	20,1	19,2	100
Nettourval	23,0	37,4	20,5	19,1	100
Svarande	17,4	33,7	23,3	25,6	100

Kommentar: Data om befolkningen, avgränsade till åldersintervallet 16–90 år och data om respektive urval är hämtade från registerdata från Statistiska centralbyrån (www.scb.se). Data om svarande är hämtade från respondentens egen uppgift (registerdata i de fall uppgift saknas).

I figur 6 redovisas procentavvikelsen i svarsgruppen i förhållande till befolkningen bland de svarande i SOM-undersökningen i Göteborg med urvalet i populationen. Ju närmare nollstrecket kurvan löper desto bättre är representativiteten. Personer under 45 år är generellt underrepresenterade i SOM-undersökningarna, speciellt 20 till 35-åringar. De över 45 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.

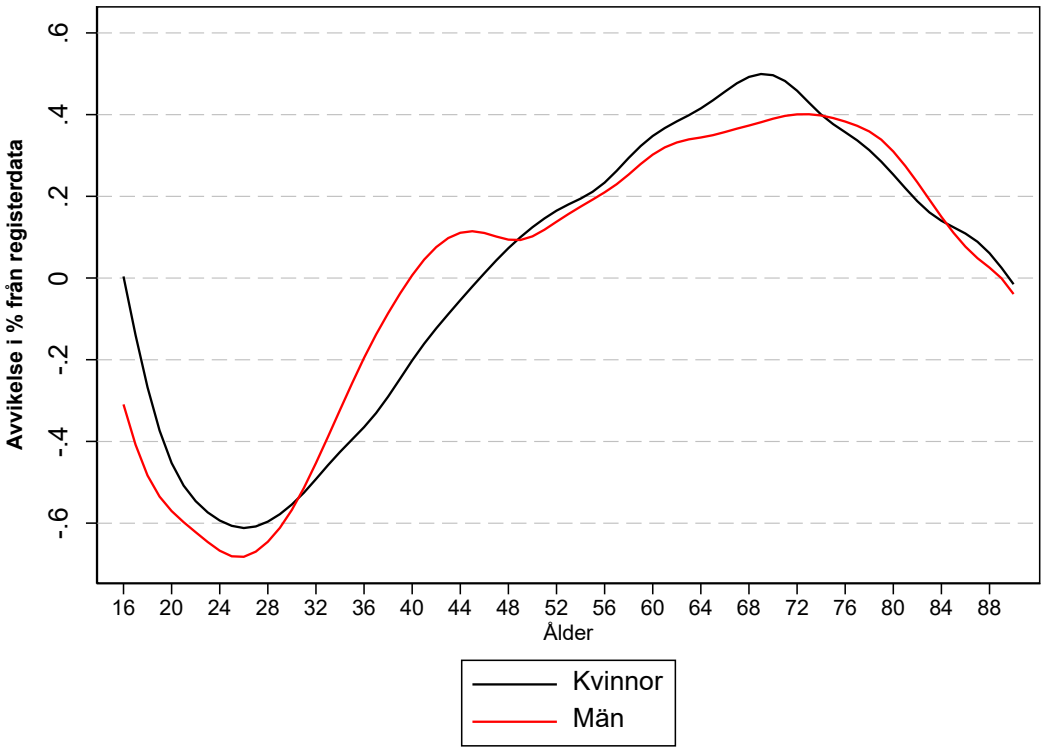
Figur 6 **Åldersrepresentativitet i SOM-undersökningen i Göteborg i förhållande till befolkningen, 2023 (procentenheters avvikelse)**



Kommentar: Nollstrecket motsvarar perfekt överensstämmelse med befolkningen. En positiv avvikelse från noll innebär en överrepresentation, en negativ avvikelse innebär en underrepresentation i förhållande till befolkningen. Data om befolkningen, avgränsade till åldersintervallet 16–90 år, baseras på data från Statistiska Centralbyrån. Grafen är utjämnande och baserad på fraktionen 0,3 av medelvärdet av totala antalet observationer för varje värde.

I figur 7 redovisas procentavvikelsen i svarsgruppen för SOM-undersökningen i Göteborg i förhållande till befolkningen uppdelat på kvinnor och män. Ju närmare nollstrecket kurvan löper desto bättre är representativiteten. Figuren visar att det till viss del är män mellan 35 och 48 år som står för de tidigare presenterade skillnaderna mellan könen i svarsfrekvens.

Figur 7 **Åldersrepresentativitet i SOM-undersökningen i Göteborg 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, SOM-undersökningen i Göteborg 2023 (procent)**

	Född i Sverige	Född i annat land i Norden	Född i annat land i Europa	Född i land utanför Europa
Bruttourval	66,1	1,6	9,8	22,5
Svarande	77,6	1,8	7,6	13,9
∆ Urval och svar	+11,5	+0,2	-2,2	-8,6

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). SOM-undersökningen i Göteborg 2022 - En metodöversikt. SOM-rapport 2023:6, Göteborgs universitet.

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

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 SOM-undersökningen i Göteborg 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]. The questionnaire can be completed in English. العربية باللغة الاستبيان على الإجابة يمكن. Som tack för din medverkan får du [en trisslott/ presentkort värt 100 kronor på Espresso House skickad till dig på posten/ett presentkort värt 50 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 kronor hos valfri matvarukedja/ett presentkort värt 100 kronor på Espresso House]. Vill du inte delta kan du klicka på följande länk: [länk]. The questionnaire can be completed in English. العربية باللغة الاستبيان على الإجابة يمكن. 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 kronor hos valfri matvarukedja/ett presentkort värt 100 kronor på Espresso House]. Vill du inte delta kan du klicka på följande länk: [länk]. The questionnaire can be completed in English. العربية باللغة الاستبيان على الإجابة يمكن . 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 kronor hos valfri matvarukedja/ett presentkort värt 100 kronor på Espresso House]. Resultaten presenteras under våren 2024. Vill du inte delta kan du klicka på följande länk: [länk]. The questionnaire can be completed in English. العربية باللغة الاستبيان على الإجابة يمكن. Tack! Johan Martinsson

SOM-INSTITUTET 2024

SAMHÄLLE OPINION MEDIER

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



GÖTEBORGS UNIVERSITET