

# Den nationella SOM-undersökningen 2021 - En metodöversikt

---

Elisabeth Falk, Frida Sandelin och Marcus Weissenbilder [SOM-rapport nr 2022:03]

## Innehåll

1 Inledning.....	1
2 Population och urval.....	2
Population .....	2
Urval .....	2
3 Frågeformulär.....	4
Pappersformulärens utformning och innehåll .....	4
Webbformulärens utformning och innehåll.....	4
4 Datainsamling.....	5
Webbsvar .....	5
Vem svarar på webben och hur?.....	5
5 Fältarbete .....	7
Experiment i SOM-undersökningen 2021 .....	7
Fältplan och insatser .....	8
Postala påminnelser .....	9
SMS-påminnelser .....	10
Avböja medverkan.....	10
6 Inflöde.....	11
7 Svarsfrekvens och bortfall .....	13
Kontaktgrad .....	16
Svartsbortfall.....	18
8 Representativitet.....	20
Svarsgruppens sammansättning .....	20
Referenser .....	25
Appendix I. SMS-påminnelser i den nationella SOM-undersökningen 2021 .....	26

# 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 2021 genomfördes tre parallella undersökningar: den 36:e nationella SOM-undersökningen, den 30:e västsvenska SOM-undersökningen och den sjätte 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 framförallt de som väljer att *inte* svara – på enkäterna. Analyser av orsaker till svarsbortfall men även dess konsekvenser är avgörande för att säkerställa SOM-undersökningarnas kvalitet.

I föreliggande rapport redovisas genomförandet av den nationella SOM-undersökningen 2021.<sup>1</sup> Utöver denna rapport finns även motsvarande rapporter för den västsvenska SOM-undersökningen 2021 och SOM-undersökningen i Göteborg 2021. 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 svarmönster, bortfall och representativitet analyseras.

---

<sup>1</sup> Metodöversikten bygger på tidigare års metodrapporter, se Falk, E., Sandelin, F. & Weissenbilder, M., (2021).

## 2 Population och urval

### Population

SOM-undersökningarna strävar efter att i så hög utsträckning som möjligt vara representativa för de populationer som studeras. Under undersökningarnas långa historia har målpopulationen för studien varierat något, men är överlag likvärdiga. Populationen för den nationella SOM-undersökningen 2021 var 16–85-åringar boende i hela Sverige. Det är denna population som undersökningen gör anspråk på att uttala sig om.

### Urval

Den nationella SOM-undersökningen 2021 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 slutet av augusti 2021 hade sin primära adress i Sverige. Folkbokföringsregistret uppdateras kontinuerligt vilket innebär att täckningsfelet – det vill säga skillnaden mellan registret som urvalet är baserat på (rampopulationen) och populationen som undersöks (målpopulationen) – blir minimalt, främst avseende födsel, dödsfall, invandring samt 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 2021 det totala folkbokföringsfelet till 2,1 procent (Skatteverket, 2022). Det innebär hypotetiskt att vi inte når fram till cirka 2 procent av individerna i vårt urval vilket får konsekvenser för hur vi beräknar svarsfrekvensen i undersökningen. Hade vi kunnat definiera bort folkbokföringsfel från bruttourvalet hade nettosvarsfrekvensen sannolikt varit högre.

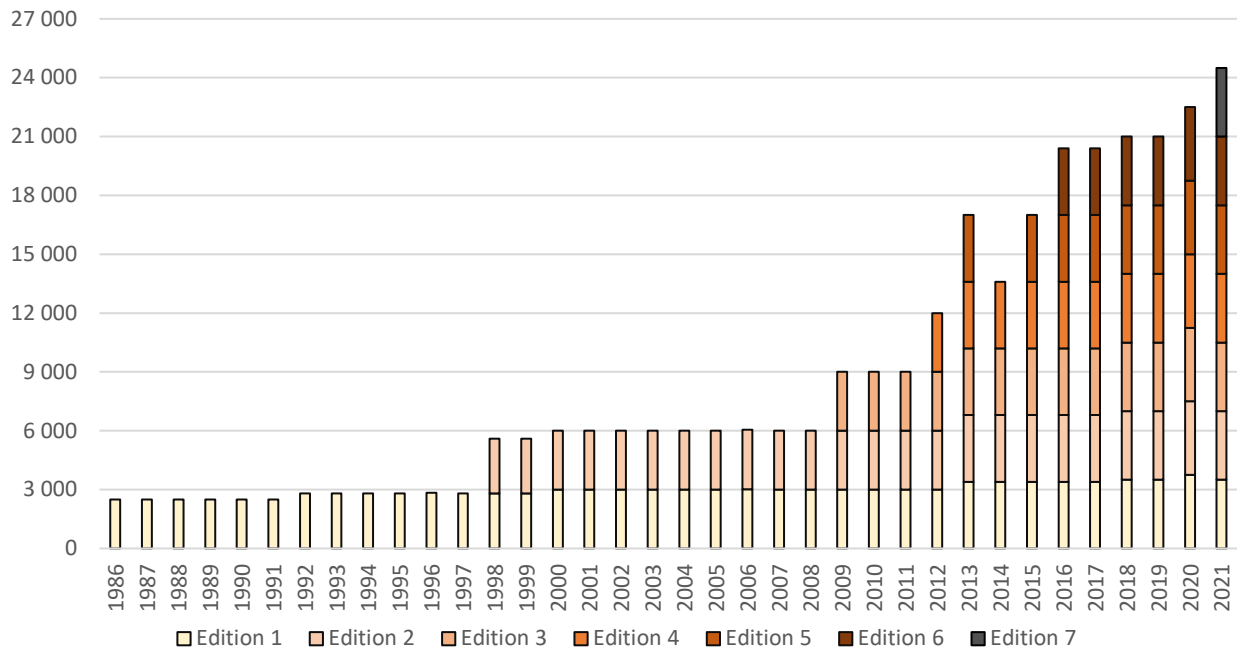
Tabell 1 redovisar urvalen i samtliga editioner av den nationella SOM-undersökningen 2021. Den nationella SOM-undersökningen hade 2021 ett totalurval om 24 500 personer. Undersökningen gjordes i sju editioner som gick ut till ett urval om 3 500 personer vardera.

**Tabell 1** Samtliga urval i 2021 års nationella SOM-undersökning

Undersökning/urvalsgrupp	Urvalsstorlek	Ålder
Edition 1	3 500	16–85 år
Edition 2	3 500	16–85 år
Edition 3	3 500	16–85 år
Edition 4	3 500	16–85 år
Edition 5	3 500	16–85 år
Edition 6	3 500	16–85 år
Edition 7	3 500	16–85 år
<b>Totalt</b>	<b>24 500</b>	<b>16–85 år</b>

Figur 1 visar hur urvalet i den nationella SOM-undersökningen kontinuerligt har ökat över tid. 2021 års undersökning var den första gången sju editioner använts vilket medför såväl ett stort totalt urval som möjlighet att ställa många olika undersökningsfrågor. Urvalet per edition har även ökat något över tid för att underlätta utökade analyser av subgrupper.

**Figur 1** Urval och editioner i de nationella SOM-undersökningarna 1986–2021



Urvalen drogs den 26 augusti 2021 från Skatteverkets registertjänst Navet och levererades direkt till undersökningsföretaget Institutet för kvalitetsindikatorer (Indikator). Undersökningsföretaget avidentifierade urvalsfilerna och skickade dem till SOM-institutet som randomiserade det nationella urvalet in i sju delurval.

### 3 Frågeformulär

SOM-undersökningarna 2021 genomfördes huvudsakligen med postalt utskickade frågeformulär. Varje edition i den nationella SOM-undersökningen hade ett eget frågeformulär, där vissa frågor var unika men många överlappade mellan editionerna. Att dela upp undersökningen på det här sättet ger utrymme för fler enkätfrågor från samverkande forskningsprojekt och andra organisationer, utan att belastningen för respondenten blir för stor.

#### Pappersformulärens utformning och innehåll

Under 2021 bestod samtliga formulär av en framsida, en förstasida med instruktioner och innehållsförteckning, 12 sidor med enkätfrågor och en baksida. Totalt var hela formuläret 16 sidor. Formulären var i likhet med tidigare års enkäter i A4-format. Tabell 2 ger en översikt över de olika formulären från 2021 års undersökningar.

**Tabell 2** Formulärens innehåll, den nationella SOM-undersökningen 2021

Undersökning	Antal frågor	Sidor enkätfrågor	Totalt antal sidor
Edition 1	62	12	16
Edition 2	60	12	16
Edition 3	66	12	16
Edition 4	68	12	16
Edition 5	64	12	16
Edition 6	59	12	16
Edition 7	66	12	16

Huvuddelen av frågorna i den nationella SOM-undersökningen 2021 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 2021 års undersökning.<sup>2</sup>

#### 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. För att komma åt de digitala formulären och svara på dator var respondenterna tvungna att logga in med hjälp av personliga inloggningsuppgifter som bifogades i följebrevet. QR-koden och länken i sms medförde dock möjlighet till att logga in automatiskt, utan att respondenten själv behövde fylla i uppgifterna.

Frågorna i webbenkäten utformades så långt som möjligt på samma sätt som i pappersenkäten. Sidbrytningarna i den digitala versionen följde däremot inte pappersversionen.

Inga frågor var programmerade att vara obligatoriska att svara på vilket innebar att respondenterna på webben i likhet med de som svarade på pappersversionen kunde klicka sig vidare i enkäten utan att svara på alla frågor. De frågor som svarspersonerna i pappersversionen instruerades att hoppa

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

över baserat på tidigare svar doldes automatiskt i den digitala versionen av enkäten. Somliga personer som svarade via webben såg därför en kortare version av enkäten än de som svarade på papper.

## 4 Datainsamling

Datainsamlingen för den nationella SOM-undersökningen 2021 ägde rum med start i september 2021 och pågick till och med slutet av december 2021. Sedan 2012 används en undersökningsdesign som kallas mixed mode. Mixed mode innebär att flera datainsamlingsmetoder används i en och samma undersökning. I SOM-undersökningarna avser detta att postala enkäter och webbenkäter kombineras.

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

### Webbsvar

I den nationella SOM-undersökningen 2021 fick respondenterna möjligheten att svara på webben vid första utskicket av pappersformuläret, ett alternativ som introducerades 2017, vilket resulterade i en högre andel webbsvar. Innan 2017 var svar via webben möjligt först vid det andra utskicket av pappersformuläret, som inträffade cirka 15 dagar in i fältperioden. Årets undersökning inkluderade även ett experiment där halva urvalet *enbart* fick möjlighet att svara på webb vid första utskicket, vilket ledde till en betydligt högre andel webbsvar. Detta experiment beskrivs i detalj i nästa avsnitt om fältarbetet.

Tabell 3 visar andel webbsvar i de nationella undersökningarna sedan 2012. Det var 5 198 personer, motsvarande 21,2 procent av bruttourvalet och 45,5 procent av de svarande, som besvarade den nationella SOM-undersökningen digitalt 2021.

**Tabell 3** Andel webbsvar för de nationella SOM-undersökningarna 2012–2021 (antal, procent).

Undersökning och år	Antal webbsvar	Andel av svarande
Nationella SOM-undersökningen 2012	278	4,5
Nationella SOM-undersökningen 2013	634	7,5
Nationella SOM-undersökningen 2014	372	5,4
Nationella SOM-undersökningen 2015	496	6,0
Nationella SOM-undersökningen 2016	690	7,0
Nationella SOM-undersökningen 2017	1 281	11,8
Nationella SOM-undersökningen 2018	1 791	16,6
Nationella SOM-undersökningen 2019	1 665	16,5
Nationella SOM-undersökningen 2020	3 590	32,3
Nationella SOM-undersökningen 2021	5 198	45,5

### Vem svarar på webben och hur?

Under de tio år som webbsvar varit ett alternativ i SOM-undersökningarna har svarsmönstret i olika grupper visat sig stabilt. Det finns en tydlig åldersfördelning mellan andel papperssvar och webbsvar, där de yngre i högre utsträckning svarar på webb och de äldre i högre utsträckning svarar på papper. I

den nationella SOM-undersökningen 2021 var det omkring 59 procent av de svarande mellan 20 och 29 år som valde att svara på webben. Motsvarande andel i gruppen 60–69 åringar var 40 procent och i gruppen 70–79 åringar 31 procent. Andelen män som svarar på webben (46 procent) är lika stor som andelen kvinnor (45 procent).

Det interna svarsbortfallet, den andel av de svarande som valt att inte svara på en eller flera frågor men som ändå skickat in den, skiljer sig signifikant åt beroende på om respondenten svarar på webben eller på papper och ligger kring sju procent på webb samt tre procent på papper. Skillnaden är dock inte statistiskt signifikant vid kontroll för ålder, utbildning och kön, vilket säger oss att det troligtvis inte upplevs mer belastande att besvara hela formuläret digitalt jämfört med i pappersform.

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 43 procent av de digitala svaren på den nationella SOM-undersökningen 2021 från en dator, 56 procent från en mobiltelefon och resterande 1 procent från en surfplatta. Jämfört med 2021 så har andelen som svarar på dator och platta minskat något mot andelen mobilsvär.

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

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

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 16–64 åringar är mobilen det vanligaste verktyget att svara på av de som svarar på webben. I gruppen 65–85-åringar är istället dator det vanligaste sättet att svara. 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, utbildning och ålder.

Att QR-kod från och med 2021 finns med som alternativ för att underlätta inloggning medför att webbsvaren kan brytas ner på tre olika logintyper, likt tabell 5 visar. En tydlig trend syns även här, där de under 50 år föredrar QR-kod, medan de 50 år och äldre i stället väljer att själva skriva in den webbkod som följer med utskicket.

**Tabell 5 Andel som använt olika logintyper (procent)**

Undersökning	Andel login via webbkod	Andel login via QR-kod	Andel login via SMS
Den nationella SOM-undersökningen 2021	49	32	19



## 5 Fältarbete

Fältarbetet för 2021 års nationella SOM-undersökning följde i stora drag samma upplägg som för tidigare år (Falk, Sandelin & Weissenbilder, 2021), med några nämnvärda ändringar som kommer att avhandlas under denna rubrik. Utskick och insamling av enkäter utfördes för femte 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 20 september och varade 101 dagar, vilket är ungefär lika långt som under de senaste åren. Undersökningen stängde den 30 december.

### Experiment i SOM-undersökningen 2021

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

I den nationella SOM-undersökningen 2021 genomfördes två olika experiment. Det första var en replikering av experimentet i 2020 års nationella SOM-undersökning som utvärderade effekten av att avvakta med möjligheten att svara på undersökningen på papper och tillskillnad mot tidigare undersökningsår endast erbjuda att besvara enkäten på webben i det första missivet (push-to-web). Resultaten av experimentet 2020 visade att svarsfrekvensen inte påverkades negativt av push-to-web och representativiteten blev dessutom marginellt bättre. Motivationen för experimentet år 2021 var att se om de effekter som hittades under första experimentet skulle kvarstå ytterligare ett år. Experimentet genomfördes i både den nationella och den västsvenska SOM-undersökningen. Respektive urval slumpades in i två olika grupper (se tabell 6).

**Tabell 6 Experimentupplägg Push-to-webb**

	Den nationella SOM-undersökningen	Den västsvenska SOM-undersökningen
Pappersenkät i missiv 1	<b>Grupp 1:</b> Pappersenkät i missiv 1  12 267 personer	<b>Grupp 2:</b> Pappersenkät i missiv 1  3 059 personer
Ingen pappersenkät i missiv 1	<b>Grupp 3:</b> Ingen pappersenkät i missiv 1  12 233 personer	<b>Grupp 4:</b> Ingen pappersenkät i missiv 1  2 941 personer

Slutsatserna av experimentet i korthet är att push-to-webb återigen inte påverkar svarsfrekvensen negativt. Till skillnad från experimentet 2020 så återfanns inga positiva effekter på representativiteten, och resultaten visade att push-to-webb försämrade datakvaliteten i form av lägre andel kompletta svar.

En utförligare beskrivning av experimentet både från 2020 och 2021 kommer att finnas tillgängligt framöver i Martinsson, Lundmark & Sandelin (Kommande). I följande stycke där fältplan och insatser beskrivs så avses bara upplägget i experimentgrupp 1, med traditionell fältplan och insatser för SOM-undersökningarna.

I SOM-undersökningarna skickas sedan 2017 en trisslott som belöning till de personer som besvarar undersökningen. Det andra experimentet syftade till att se om det med ett annat incitament med ett högre monetärt värde jämfört med trisslotten kunde öka svarsfrekvensen bland unga personer, det vill säga en grupp som svarar i lägre utsträckning på undersökningen. Incitamentet som användes till experimentgruppen var GoGift Superpresentkort värde 50 SEK. Experimentet genomfördes i både den nationella och den västsvenska SOM-undersökningen bland 18–39 åringar (16–17 åringar får inte ta emot trisslotten som belöning därav saknades en kontrollgrupp för dessa). Respektive urval slumpades in i två olika grupper (se tabell 7).

**Tabell 7 Experimentupplägg Incitament till 18–39 åringar**

	Den nationella SOM-undersökningen	Den västsvenska SOM-undersökningen
GoGift SuperPresentkort – monetärt värde 50 SEK	<b>Grupp 1:</b> GoGift SuperPresentkort 4 278 personer	<b>Grupp 2:</b> GoGift SuperPresentkort 1 099 personer
Trisslott – monetärt värde 30 SEK	<b>Grupp 3:</b> Trisslott 4 193 personer	<b>Grupp 4:</b> Trisslott 1 119 personer

Resultaten av incitamentexperimentet visade att GoGift Superpresentkort värde 50 SEK påverkade svarsfrekvensen negativt jämfört med trisslotten samt försämrade datakvaliteten något i form av marginellt färre andel kompletta svar. Däremot visade sig representativiteten vara något bättre bland de som fick GoGift Superpresentkort värde 50 SEK. Slutsatsen är att GoGift Superpresentkort värde 50 SEK inte kommer ersätta trisslotten som incitament hos unga. En utförligare beskrivning av experimentet kommer att finnas tillgängligt framöver i Falk (Kommande).

### Fältplan och insatser

2021 års SOM-undersökningar inleddes den 13 september 2021 med utskick av ett aviseringskort som informerade respondenterna om att de blivit slumpmässigt utvalda att delta i årets undersökning (se tabell 8). En vecka senare skickades enkäten ut tillsammans med ett följebrev, ett frankerat svarskuvert, en informationsbroschyr om SOM-institutets verksamhet, kort information på nio olika språk samt en penna. Under resterande del av fältperioden genomfördes en serie påminnelseinsatser per brev och per SMS. Samtliga papperspåminnelser inklusive tack- och påminnelsekortet innehöll inloggningsuppgifter till webbenkäten och direktlänk in i enkäten via QR-kod. Påminnelser via SMS innehöll en direktlänk till webbenkäten. Direktinlogg via QR-kod och direktlänk i SMS utan att behöva fylla i användarnamn och lösenord själv var nytt i undersökningen 2021. 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 innehållande en enkät, ett tack- och påminnelsekort och fyra SMS-påminnelser. Fältperioden var totalt 101 dagar. 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 8 Fältinsatser i SOM-undersökningarna 2021**

13 sept	Utskick av <b>aviseringsvykort</b>
20 sept	Utskick av <b>Missiv 1</b> – formulär, informationsbroschyr, information på nio språk, svarskuvert och penna. Möjligheten att svara på webben introduceras.
29 sept	Utskick av <b>tack-/påminnelsevykort</b> (med omslutande kuvert)
7 okt	Utskick av <b>SMS 1</b> .
14 okt	Utskick av <b>Missiv 2</b> – formulär och svarskuvert.
26 okt	Utskick av <b>SMS 2</b> . Innehållande länk för att avböja medverkan i undersökningen.
4 nov	Utskick av <b>Missiv 3</b> – formulär och svarskuvert.
11 nov	Utskick av <b>SMS 3</b> . Innehållande länk för att avböja medverkan i undersökningen.
18 nov	Utskick av <b>Missiv 4</b> – formulär och svarskuvert.
25 nov	Utskick av <b>SMS 4</b> . Innehållande länk för att avböja medverkan i undersökningen.
6 dec	Utskick av <b>Missiv 5</b> – formulär, svarskuvert och bortfallsenkät.
30 dec	<b>Fältstopp</b>

En gång i veckan under den 101 dagar långa fältperioden skickades ett tackbrev till de respondenter som svarat under den senaste veckan. Tackbrevet innehöll en belöning i form av en trisslott till de respondenter som hade fyllt 18 år innan fältperiodens start. Alternativt skickades ett GoGift Superpresentkort (värde 50 kr) till de som var 17 år eller yngre när fältarbetet inleddes, på e-post som respondenterna fick uppge i slutet av enkäten. 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 (ungefär 4–6 procentenheter) utan att försämra datakvaliteten (Arkhide, 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 7 januari 2022. Den sista registrerade enkäten inkom 4 januari. Vid datavalideringsprocessens slut oidentifierades enkäterna och alla kontaktuppgifter raderades. De fysiska enkäterna som kommit in förstördes i enlighet med bestämmelser om sekretessavfall.

### Postala påminnelser

Utskick och påminnelser per post är stommen i SOM-undersökningarnas fältperiod. Ungefär 50 procent av det totala urvalet fick samtliga postala utskick då de varken svarade eller hörde av sig för avregistrering. Enbart cirka 16 procent av urvalet blev föremål för samtliga påminnelseinsatser, det vill säga post och SMS tillsammans, då 57 procent av det urvalet som gick till telefonnummersättning inte gick att telefonnummersätta.

Efter att aviseringskort och den första pappersenkäten skickats ut påbörjades påminnelseinsatserna. Den första påminnelsen per post skickades ut som ett brevomslutande vykort där respondenterna

tackades om de redan hade svarat och resten av urvalet påmindes om att svara om de inte redan hade gjort det. De efterföljande påminnelserna innehöll ett kort brev med en uppmaning att svara på enkäten och en ny enkät. Den sista påminnelsen per post innehöll, vid sidan av den ordinarie enkäten, en kort bortfallsenkät där det 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 43 procent av det totala urvalet med mobiltelefonnummer. 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 9 visar telefonnummersättningsgraden för olika åldersgrupper vid telefonnummersättningen i 2021 års nationella SOM-undersökning.

**Tabell 9 Andel telefonnummersatta (mobiltelefonnummer) per åldersgrupper, den nationella SOM-undersökningen 2021 (procent)**

Samtliga	16–29 år	30–49 år	50–64 år	65–85 år
43%	23%	41%	48%	56%

Tabell 10 redovisar det övergripande upplägget för SMS-påminnelser i den nationella SOM-undersökningen 2021. Totalt fyra SMS gick ut. I samtliga SMS ingick en länk som loggade in respondenten direkt i enkäten. I Appendix I finns en detaljerad beskrivning av samtliga SMS.

**Tabell 10 SMS-utskick i den nationella SOM-undersökningen 2021**

Utskick	Antal skickade SMS	Fältdag
1	7 489	17
2	5 981	36
3	5 025	52
4	4 336	66

### Avböja medverkan

I undersökningen 2021 fick de respondenter som inte ville delta möjligheten att från och med SMS2 klicka på en länk som gick till en bortfallsenkät och där ange skäl till varför de inte ville delta. 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. 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 11 SMS: Antal avböjd medverkan, andel avböjd medverkan och andel av totalt bortfall (procent)**

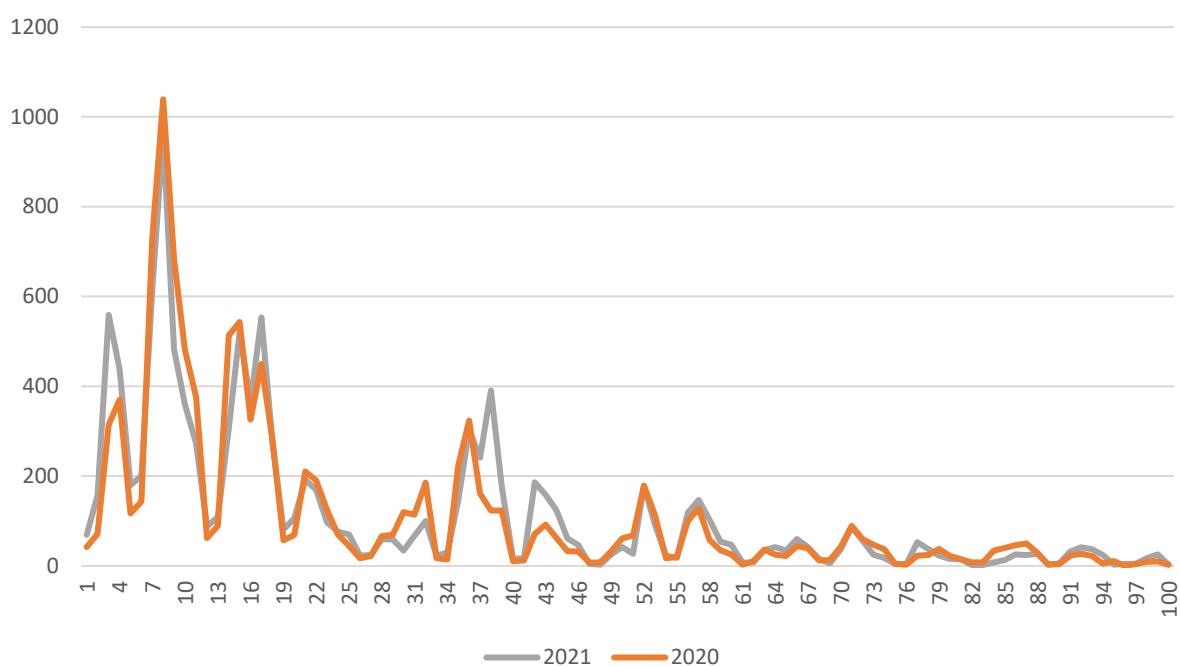
	Antal avböjd medverkan	Andel SMS-mottagare som avböjt medverkan	Andel av bortfall*
Den nationella SOM-undersökningen	794	11%	7%

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

## 6 Inflöde

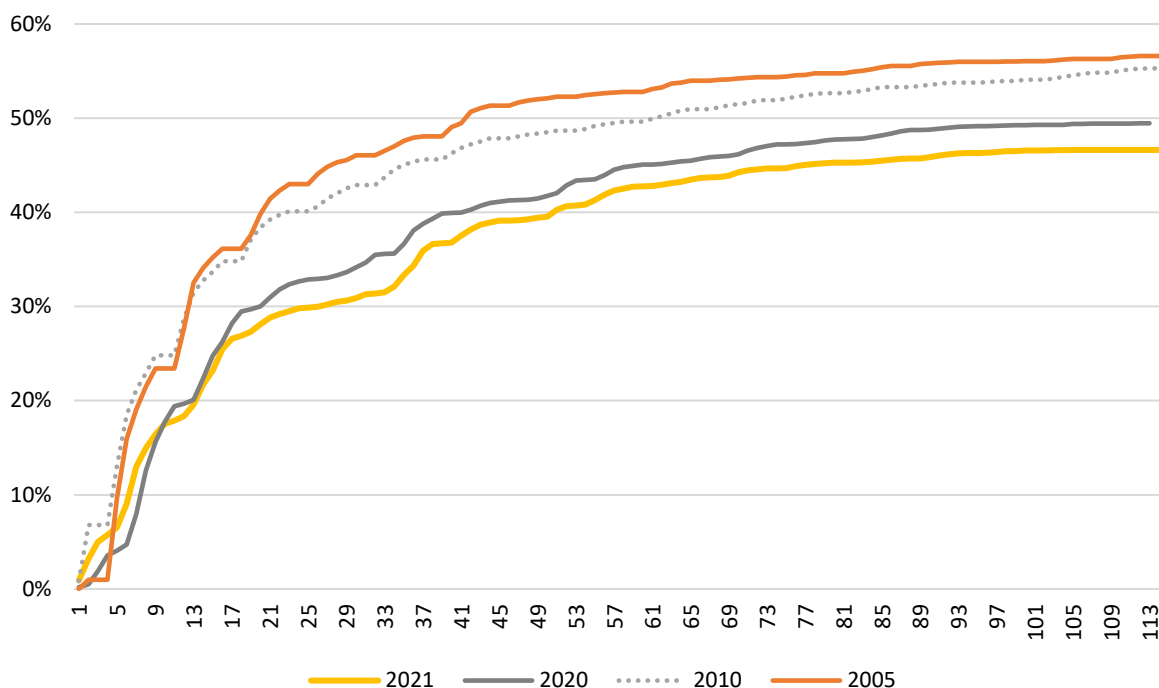
Den nationella SOM-undersökningen har under flera år uppvisat samma inflödesmönster (se figur 2). De första dagarnas höga toppar och djupa dalar är resultatet av det stora inflödet under vardagar och avsaknaden av inflöde under helgdagar. Inflödet av ifyllda enkäter under fältperioden kommer i vågor,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

**Figur 2 Inflöde per dag i den nationella SOM-undersökningen 2020–2021 (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 2021 års nationella SOM-undersökning 31 procent och 79 procent av de slutgiltiga svaren kom in före första november (se figur 3).

**Figur 3 Kumulativt inflöde av enkäter i den nationella SOM-undersökningen 2005–2021 (kumulativ procent av bruttourvalet)**



Efter 30 dagar ligger bruttosvarsfrekvensen på 31 procent men genom att låta undersökningen vara i fält i ytterligare 70 dagar uppnår SOM-undersökningarna en bättre slutgiltig åldersmässig representativitet och en något lägre skattning av faktorer som politiskt intresse och regelbunden morgontidningsläsning, vilka vi vet samvarierar med bland annat ålder, kön och etableringsgrad i samhället och ofta används som referensvariabler.

I tabell 12 syns att längden på 2021 års undersöknings fältperiod avhjälpte initiala skevheter något i såväl svarsgruppens ålder som morgontidningsläsning och det politiska intresset. Bland de olika åldersgrupperna syns hur de mellan 20–39, som är svåra att nå under fältperioden, svarar i något större utsträckning när fältperioden hålls längre.

**Tabell 12 Effekt av lång fältperiod på den nationella SOM-undersökningen 2021 (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	80–85 år	Total	Mycket intresserad av politik	Daglig morgn.tidn läsning
Fältdag 40	3,5	8,2	11,6	14,3	17,6	19,1	20,2	5,5	100,0	17,9	21,0
Sista fältdagen	4,0	8,8	12,3	14,6	17,9	18,2	18,7	5,4	100,0	17,0	20,0
Δ fältdag 40 och sista fältdag	+0,5	+0,6	+0,7	+0,3	+0,3	-0,9	-1,5	-0,1		-0,9	-1,0

## 7 Svarsfrekvens och bortfall

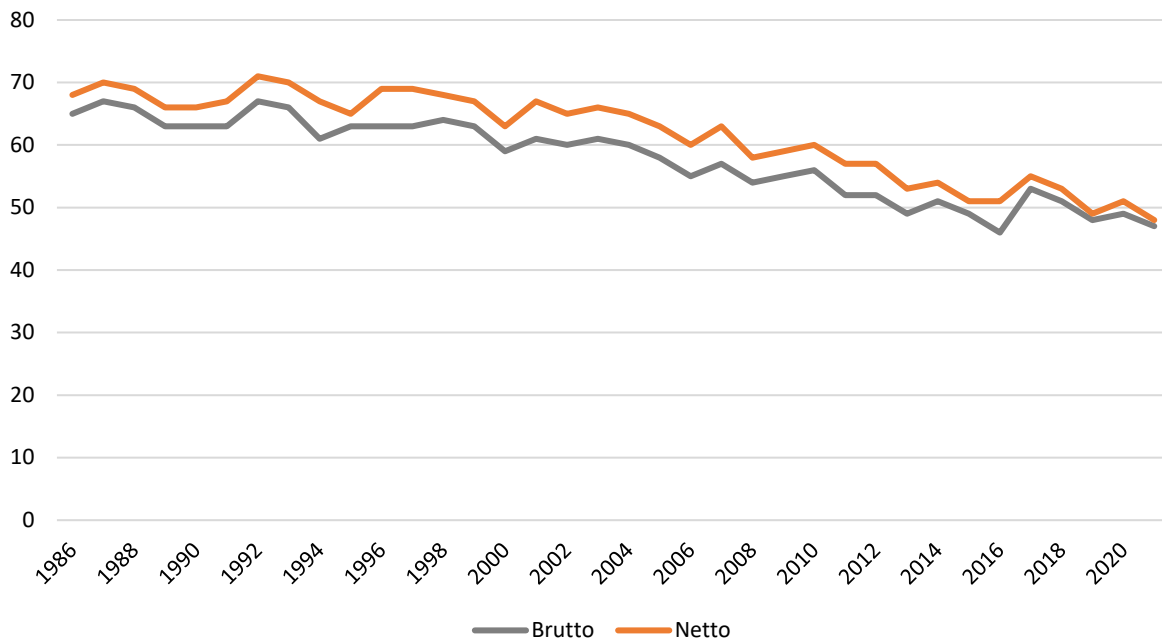
Från bruttourvalen räknar vi bort ett så kallat naturligt bortfall. Det naturliga bortfallet redogörs för senare i rapporten. Det kvarvarande nettourvalet ligger till grund för redovisningar av undersökningarnas svarsfrekvens. Nettosvarsfrekvensen för den nationella SOM-undersökningen 2021 var 48 procent. Inom editionerna av den nationella SOM-undersökningen varierade nettosvarsfrekvensen mellan 48 och 49 procent.

**Tabell 13 Svartsfrekvens för den nationella SOM-undersökningen 2021 totalt och per edition**

	Totalt	Edition 1	Edition 2	Edition 3	Edition 4	Edition 5	Edition 6	Edition 7
Bruttourval	24 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500
Naturligt bortfall	837	152	163	137	134	142	170	148
Nettourval	23 663	3 373	3 398	3 374	3 372	3 360	3 400	3 386
Vägran	1 046	152	163	137	134	142	170	148
Ej anträffade	11 194	1 603	1 610	1 592	1 589	1 608	1 608	1 584
Antal svarande	11 423	1 618	1 625	1 645	1 649	1 610	1 622	1 654
Svartsfrekvens brutto	47%	46%	46%	47%	47%	46%	46%	47%
Svartsfrekvens netto	48%	48%	48%	49%	49%	48%	48%	49%

Historiskt har SOM-undersökningarna uppvisat en mycket hög svartsfrekvens med en genomsnittlig nettosvartsfrekvens för alla de nationella undersökningarna 1986–2021 på 62 procent medan motsvarande siffra för bruttosvartsfrekvensen är 58 procent (figur 4). Svartsfrekvensen har, precis som i många andra undersökningsserier, sjunkit i jämn takt sedan början på 1990-talet till följd av lägre kontaktgrad och fler svartsvägrare. I och med de instiftade incitamenten uppvisade dock undersökningen en tillfälligt stigande svartsfrekvens år 2017. Skillnaden mellan brutto- och nettosvartsfrekvensen i 2021 års undersökning är 1 procentenheter, vilket är på ungefär samma nivå som de legat på de senaste åren (se figur 4).

**Figur 4** Brutto- och nettosvarsfrekvens i de nationella SOM-undersökningarna 1986–2021 (procent)



Av tabell 14 framgår hur svarsbenägenheten i de nationella SOM-undersökningarna varierar med könstillhörighet, ålder och geografisk hemvist över tid. I likhet med erfarenheterna från tidigare års SOM-undersökningar svarar kvinnor i större utsträckning än vad män gör. Av kvinnorna svarade 52 procent och av männen svarade 45 procent på SOM-undersökningen 2021. Denna könsskillnad är relativt konstant över tid då den genomsnittliga skillnaden i svarsfrekvens sedan millennieskiftet är 5 procentenheter. Skillnaden mellan kvinnors och mäns svarsfrekvens i de sju editionerna varierar mellan fyra och tio procentenheter. Utöver det traditionellt lägre antalet svarande i Stockholm och Sydsverige går det inte att se några mönster i svarsfrekvensen för de olika geografiska regionerna i Sverige. Representativiteten i olika åldersgrupper medför en stor utmaning. De äldre åldersgrupperna svarar i lika stor omfattning nu som de gjorde i början av 2000-talet medan de yngre åldersgruppernas svarsfrekvens är sluttande. Införandet av incitament från och med 2017 års undersökningar var ett försök att hantera denna problematik, då trisslotter visat sig vara en mer effektiv belöning i de yngre åldersgrupperna än i de äldre (Arkhede, Oscarsson & Vernersdotter, 2017).



**Tabell 14 Nettosvarsfrekvens i olika grupper i de nationella SOM-undersökningarna, 2002–2021 (procent)**

		2002	2004	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	Antal netto-urval 2021	
	Samtliga	65	65	60	58	59	60	57	57	52	54	51	51	55	53	49	51	48	48	48	49	49	48	48	49	23 663	
<i>Kön</i>	Kvinnor	69	67	64	62	61	64	60	58	54	56	54	53	58	55	51	54	52	52	53	53	51	50	50	51	11 669	
	Män	62	63	57	55	56	57	54	55	49	51	49	48	52	51	47	48	45	44	43	45	47	46	45	47	11 994	
<i>Ålder</i>	15–19 år <sup>1</sup>	61	55	49	46																						
	16–19 år					48	50	46	42	39	38	37	36	46	43	40	40	34	31	36	37	30	40	29	34	1 350	
	20–24 år	61	55	43	41	43	42	36	38	32	31	29	31	35	36	33	34	29	27	27	32	28	22	35	32	1 573	
	25–29 år	60	57	50	44	44	42	41	42	36	37	35	34	39	37	32	36	30	22	35	27	33	30	32	30	1 850	
	30–39 år	57	59	54	51	50	48	47	43	41	43	40	39	46	45	39	41	36	37	34	33	35	37	37	36	3 946	
	40–49 år	64	61	59	54	55	58	54	53	49	49	47	47	52	48	42	47	44	44	45	47	42	42	44	43	3 807	
	50–59 år	69	69	67	65	66	67	63	63	57	59	56	54	57	54	52	52	52	52	55	50	54	54	52	50	50	3 921
	60–69 år	76	78	73	75	74	76	74	74	69	71	69	68	69	67	65	65	64	64	64	61	63	71	63	60	66	3 243
	70–79 år	71	79	71	76	73	81	77	77	72	76	74	75	78	74	72	73	70	69	69	71	72	71	69	69	71	3 039
	80–85 år	66	65	67	65	70	76	73	70	63	65	71	67	70	72	65	64	66	59	68	69	62	73	66	66	934	
<i>Region</i>	Stockholm	60	61	56	53	57	55	52	52	50	51	47	47	51	50	47	49	46	47	47	47	48	43	45	49	5 366	
	Östra Mellansverige	64	65	63	60	58	60	58	55	53	54	51	53	57	53	50	51	49	49	48	50	47	48	50	52	4 067	
	Småland och öarna	68	70	62	61	62	66	59	60	52	58	53	52	58	56	51	50	50	52	48	53	53	51	49	48	2 001	
	Sydsverige	69	64	58	55	58	57	56	57	50	50	52	50	53	53	47	51	46	43	43	45	48	47	46	47	3 441	
	Västsverige	65	67	60	60	60	62	58	59	54	56	55	53	58	55	50	53	49	49	49	50	49	49	49	51	48	4 734
	Norra Mellansverige	67	61	62	63	58	63	59	58	52	53	50	49	56	52	50	51	49	50	50	51	48	51	45	47	1 929	
	Mellersta Norrland	69	69	60	57	59	63	63	62	57	58	55	54	58	57	52	53	51	44	56	51	59	53	45	51	873	
	Övre Norrland	67	71	64	65	61	65	58	60	51	53	52	52	58	56	54	53	51	53	50	46	53	56	48	51	1 251	

**Kommentar:** Resultaten baseras på registerdata från Skatteverkets registertjänst Navet. <sup>1</sup>15-åringarna ingår inte i SOM-undersökningarna fr.o.m. 2009 varför resultaten inte är helt jämförbara beträffande yngsta åldersgruppen. \*Endast edition 1–4.

## Kontaktgrad

En grundförutsättning för att få svar på SOM-undersökningarna är att enkäterna når de som blivit utvalda att delta i respektive undersökning. SOM-institutet använder sig av flera kontaktvägar under fältarbetets gång för att komma i kontakt med dem som ingår i urvalet (se avsnitt 5). Påminnelser genomförs via brev och SMS.

Kontaktgraden avser andel personer i urvalet som vi var i kontakt med under undersökningens fältperiod. Samtliga personer i urvalet som på något sätt återkopplat till SOM-institutet under fältperioden noteras som bekräftad kontakt, även de som hör av sig för att avböja medverkan. Respondenter som vi inte haft bekräftad kontakt med kan ha mottagit och öppnat brevet och valt att inte svara på enkäten utan att informera SOM-institutet eller så har kontaktförsöken inte nått personerna. Kontaktgraden i tabell 15 är således en indikation på både kontaktsvårigheter och ointresse att svara. Kontaktgraden har minskat stadigt sedan 2011, men i och med SMS- och telefoninsatser, samt eventuellt kopplat till de införda incitamenten, såg vi en tillfällig utjämning 2017. Under 2019 minskade dock kontaktgraden betydligt. Huvudanledningarna till den stora minskningen var att insatserna med telefonpåminnelser togs bort, att färre personer återkopplade till SOM-institutet samt ökade svårigheter att etablera telefonnummer till personerna i urvalet då bara mobilnummer nummersätts för sms-påminnelser. Under 2021 minskar kontaktgraden återigen betydligt, främst till följd av lägre svarsfrekvens och att personer i lägre utsträckning hörde av sig till SOM-institutet. Totalt återkopplade nästan 52 procent av urvalet i den nationella SOM-undersökningen 2021 på något sätt till SOM-institutet.

**Tabell 15 Bekräftad kontakt i de nationella SOM-undersökningarna 2011–2021 (procent)**

	Kontakt	Ej kontakt	Summa
2011	79,5	20,5	100
2012	78,1	21,9	100
2013	75,3	24,7	100
2014	71,4	28,6	100
2015	70,4	29,6	100
2016	68,9	31,1	100
2017	70,0	30,0	100
2018	66,3	33,6	100
2019	55,1	44,9	100
2020	56,8	43,2	100
2021	51,8	48,2	100

**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.

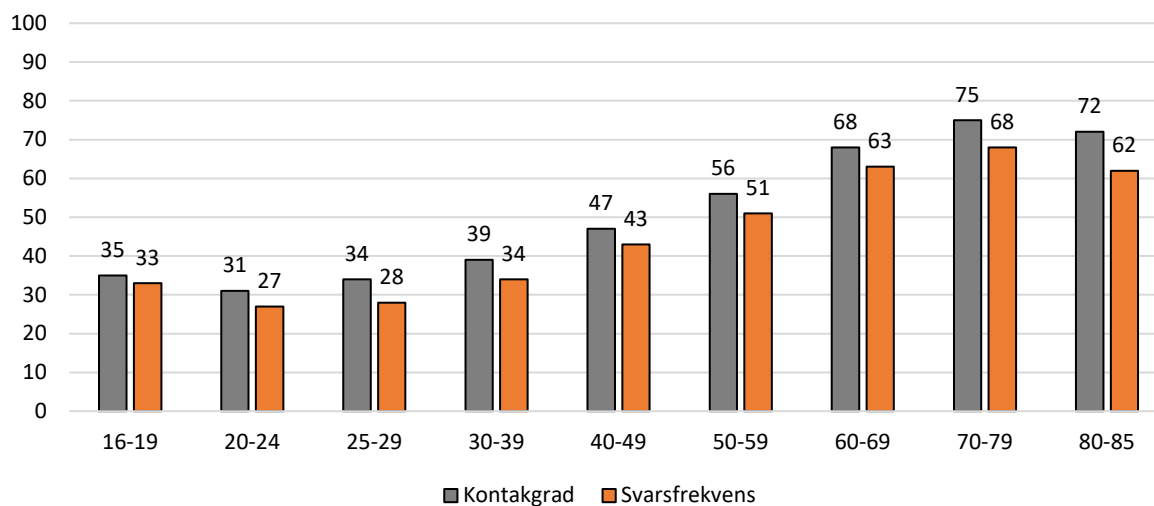
Kontaktgraden, som redovisas i detalj i tabell 16, visar bland annat att andelen postreturer (och därmed adress okänd) har varit relativt stabil sedan 2011. Andelen som inte gått att telefonnummersätta (och därmed utan telefonnummer) ökade stort 2019 jämfört med 2018. Huvudanledningen är att vi inte längre telefonnummersätter fasta telefonnummer utan enbart mobilnummer på grund av borttagandet av telefonpåminnelser. Det som tydligast demonstrerar minskningen i kontaktgrad mellan 2020 och 2021 visas i den minskande andelen vi får kontakt med men som inte skickar in enkäten och andelen som fyller i och skickar in enkäten.

**Tabell 16 Kontaktmönster i de nationella SOM-undersökningarna 2011–2021 (procent)**

	Ej kontakt				Kontakt		Summa procent	Antal
	Adress okänd, utan telefonnummer	Adress okänd, med telefonnummer (ej svar på telefon)	Adress känd utan telefonnummer	Adress känd med telefonnummer (ej svar på telefon)	Ej inskickad enkät	Enkät ifyllt och inskickad		
2011	2,0	0,1	14,8	3,7	27,0	52,4	100	9 000
2012	2,4	0,2	14,1	5,3	25,6	52,4	100	12 000
2013	1,9	0,1	16,0	6,6	26,0	49,4	100	17 000
2014	1,7	0,1	18,7	8,0	21,0	50,5	100	13 600
2015	1,6	0,2	19,1	8,7	21,9	48,5	100	17 000
2016	2,3	0,4	18,8	9,7	20,6	48,2	100	20 400
2017	1,6	0,1	20,3	7,9	17,0	53,0	100	20 400
2018	1,6	0,1	20,1	11,9	14,9	51,4	100	21 000
	Adress okänd utan mobilnummer	Adress okänd med mobilnummer	Adress känd utan mobilnummer	Adress känd med mobilnummer	Ej inskickade enkät	Enkät ifyllt och inskickad		
2019	1,5	0,3	27,1	15,9	7,2	47,9	100	21 000
2020	1,9	0,4	28,3	12,6	7,3	49,5	100	22 500
2021	2,0	0,5	30,9	14,8	5,2	46,6	100	24 500

Figur 5 visar hur kontakt- och svarsmonster varierar i urvalets olika åldersgrupper. Det är de yngre svarspersonerna som är klart svårast att etablera en kontakt med, vilket återspeglas i svarsfrekvensen. Bland personer i åldrarna 16–39 år är kontaktgraden endast omkring 35 procent. Kontaktgraden ökar stadigt upp i åldrarna och bland dem i åldrarna 60–85 år är det endast 28 procent som vi inte har någon bekräftad kontakt med. Differensen mellan bruttosvarsfrekvensen och bekräftad kontakt är mellan 2 och 10 procentenheter för samtliga åldersgrupper. Den relativt högre kontaktgraden i förhållande till svarsfrekvens bland de 20–29 åringar förklaras delvis av möjligheten att avanmäla sin medverkan via svar på ett påminnelse-sms, vilket är vanligare bland yngre. Äldre hör i högre utsträckning av sig via post eller telefon till SOM-institutet, själva eller genom ombud, för att avanmäla sin medverkan.

**Figur 5 Bekräftad kontaktgrad och bruttosvarsfrekvens i olika åldrar i den nationella SOM-undersökningen 2021 (procent)**



## Svarsbortfall

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 i sista påminnelsen med frågor om varför man inte önskar eller kan delta i undersökningen samt via Skatteverkets befolkningsregister.

Av de 13 077 personer som inte svarade på den nationella SOM-undersökningen 2021 var det 1 089 personer som SOM-institutet fick information kring varför de inte ville eller kunde delta i undersökningen. Det här avsnittet handlar om dessa personer.

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 2021 var den gruppen 837 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" följt av "fysiskt/mentalt oförmögen att svara" (tabell 17). En mindre grupp utgörs av de som bor utomlands eller är bortresta under längre tid och därför inte är bosatta på den adress de är skrivna på i Sverige samt personer som registrerats som avlidna under fältperioden. Den minsta gruppen naturligt bortfall utgörs av "ej svensktalande/språksvårigheter".

**Tabell 17** Kategorier av naturligt bortfall i den nationella SOM-undersökningen 2021 (procent)

Anledning	Procent
Fysiskt/mentalt oförmögen att svara	13
Adress okänd/flyttat	74
Bor utomlands/bortrest på längre tid	5
Ej svensktalande/språksvårigheter	2
Avliden	6
Summa procent	100
Antal personer	837

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

Utöver det naturliga bortfallet registrerades även andra anledningar till att inte delta i undersökningarna. Genom att respondenterna på eget initiativ kontaktade SOM-institutet möjliggjordes en kartläggning över av vilka anledningar personer valde att inte svara på SOM-undersökningarna. I undersökningen 2021 uppgick den gruppen till 252 personer. Kategoriseringen av olika anledningar gjordes efter ett förutbestämt kodschema men av olika personer (tabell 18). 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 18**      **Specificerade skäl till att inte vilja delta i den nationella SOM-undersökningen 2021 (procent)**

<b>Anledning</b>	<b>Procent</b>
Har inte tid	8
För många frågor	6
Vill av princip inte delta	10
Frågorna är ointressanta	1
Litar ej på anonymiteten	1
Frågorna är för svåra	0
Har ej internet	1
Annat/ej uppgett specifikt skäl	73
Summa procent	100
Antal personer	252

**Kommentar:** De som, genom att klicka på en länk i ett påminnelse-sms, avböjde att delta i undersökningen ingår ej i redovisningen då inga skäl angavs. Se tabell 8 för redovisning av sms-utskick och möjligheten att avböja sin medverkan.

Utöver annat/ej uppgett specifikt skäl är det tidsbrist och principiella skäl som är de vanligaste orsakerna att inte svara. I 2021 års nationella undersökning var det en knapp tiondel av personerna med en känd orsak till svarsvägran som angav tidsbrist som främsta skäl till att avstå. Sju procent avstod från att svara på undersökningarna för att frågorna antingen var för många eller för ointressanta för att besvaras.

## 8 Representativitet

Vilka som svarar och vilka som inte svarar på en frågeundersökning har betydelse för tolkningen av undersökningens resultat. Om en viss grupp är underrepresenterad och samma grupps svar systematiskt skiljer sig från övrigas blir studiens resultat mindre giltiga för populationen som helhet. Om svarsbenägenheten i en grupp varierar påtagligt mellan åren kan det också förklara variationer i svarsmönster för enskilda frågor.

Vi har studerat vilka konsekvenser skevheterna i representativiteten har för undersökningens träffsäkerhet genom att vikta resultaten för kön, ålder och geografisk hemvist och jämföra utfallet i den viktade och oviktade gruppen. Markstedt (2014) visar att träffsäkerheten i attitydfrågor om politiska förslag och bedömningar av ekonomin är hög trots de sjunkande svarsfrekvenserna. Frågor om nyhetskonsumtion påverkas däremot något mer av att delar av befolkningen har en lägre representation i svarsunderlaget. De dalande svarsfrekvenserna har alltså en effekt på svarens träffsäkerhet i vissa typer av frågor där det existerar stora generationsskillnader. För närvarande pågår en ny studie på SOM-institutet med uppdaterade vikter som på nytt kommer undersöka effekten av träffsäkerhet på olika frågor i undersökningen. Studien planeras publiceras senare under 2022.

### Svarsgruppens sammansättning

För att kontrollera hur väl svarsgruppen speglar befolkningen jämförs fördelningen i de registervariabler som Skatteverket tillhandahåller i urvalet och svarsgruppen med den i befolkningen. Vi har redan konstaterat att män och unga svarar i lägre utsträckning än kvinnor och äldre personer vilket gör avtryck i svarsgruppens sammansättning. Det finns inga nämnvärda skillnader i den geografiska sammansättningen av svarspersoner jämfört med befolkningen som helhet. I tabell 19 och 20 redovisas bruttourvalet, nettourvalet och svarsgruppens representativitet i fråga om kön, ålder och födelseland relativt befolkningen. Alla jämförelser avser den del av befolkningen som urvalet representerar, det vill säga Sveriges befolkning i åldrarna 16 till 85 år.

Fördelningen mellan kvinnor och män är 50/50 i befolkningen och i urvalet är det snarlikt 49/51 (vid avrundning till heltal). Bland de svarande i den nationella SOM-undersökningen är fördelningen 53/48 (tabell 19) med fördel kvinnor. I alla separata editioner är andelen kvinnor som svarat på undersökningen högre än i urvalet och omvänt för män.

**Tabell 19 Könsfördelning bland urval och svarande jämfört med svenska befolkningen, den nationella SOM-undersökningen 2021 (procent)**

	Befolkningsunderlag	Kvinnor	Män	Summa
	Befolkningen	50	50	100
Den nationella SOM-undersökningen edition 1–7	Bruttourval	49	51	100
	Nettourval	49	51	100
	Svarande totalt	53	47	100
<i>Edition 1</i>	<i>Bruttourval</i>	49	51	100
	<i>Nettourval</i>	49	51	100
	<i>Svarande</i>	53	47	100
<i>Edition 2</i>	<i>Bruttourval</i>	50	50	100
	<i>Nettourval</i>	50	50	100
	<i>Svarande</i>	56	44	100
<i>Edition 3</i>	<i>Bruttourval</i>	49	51	100
	<i>Nettourval</i>	50	50	100
	<i>Svarande</i>	54	46	100
<i>Edition 4</i>	<i>Bruttourval</i>	49	51	100
	<i>Nettourval</i>	50	50	100
	<i>Svarande</i>	52	48	100
<i>Edition 5</i>	<i>Bruttourval</i>	49	51	100
	<i>Nettourval</i>	49	51	100
	<i>Svarande</i>	52	48	100
<i>Edition 6</i>	<i>Bruttourval</i>	49	51	100
	<i>Nettourval</i>	49	51	100
	<i>Svarande</i>	52	48	100
<i>Edition 7</i>	<i>Bruttourval</i>	48	52	100
	<i>Nettourval</i>	48	52	100
	<i>Svarande</i>	50	50	100

**Kommentar:** Data om befolkningen, avgränsade till åldersintervallet 16–85 år, data om respektive urval är hämtade från registerdata, data om svarande från respondentens egen uppgift (registerdata i de fall uppgift saknas). Resultaten baseras delvis på data från Statistiska Centralbyrån.

En av de större skevheterna i representativitet hittar vi i åldersfördelningen bland svars personer jämfört med befolkningen. Åldersrepresentativiteten bland svars personerna skiljer sig mest åt från befolkningen bland 16–29-åringar som är underrepresenterade med sju procentenheter och 65–85-åringar som är överrepresenterade med tio procentenheter (tabell 19). Skevheten i åldersfördelningen är större bland män än bland kvinnor.

**Tabell 20** Åldersgruppernas fördelning bland svarande och i urvalet jämfört med svenska befolkningen, den nationella SOM-undersökningen 2021 (procent)

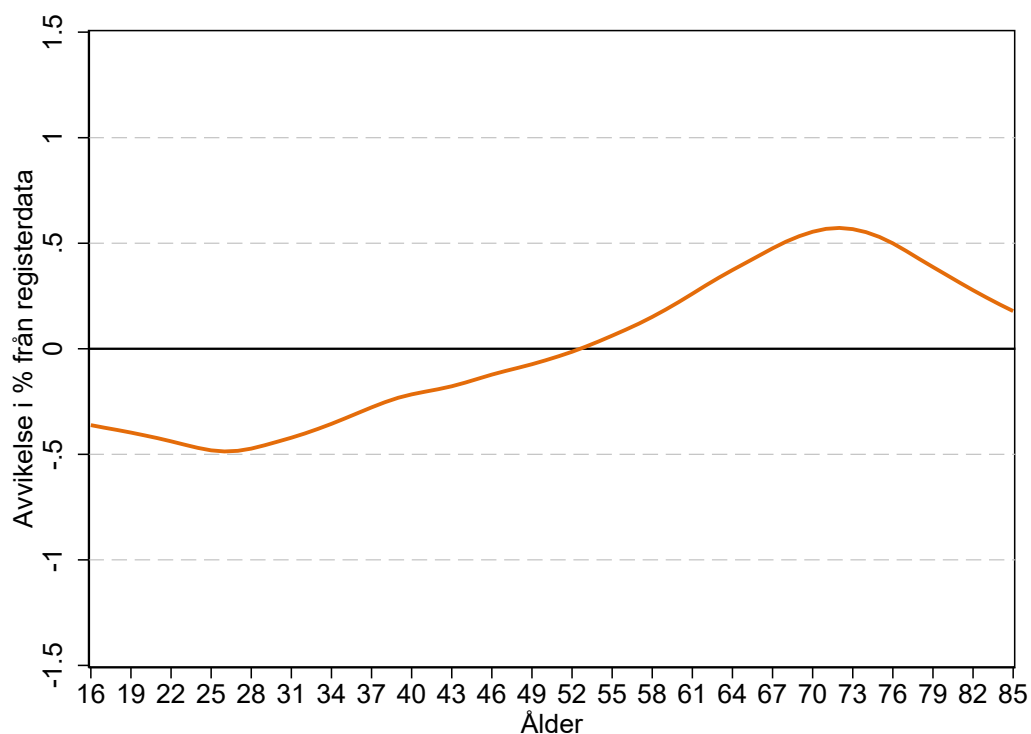
	Befolkningsunderlag	16–29 år	30–49 år	50–64 år	65–85 år	Summa
	Befolkning	21	33	23	23	100
Den nationella SOM-undersökningen edition 1–7	Bruttourval	21	33	23	23	100
	Nettourval	20	33	24	23	100
	Svarande	13	27	27	33	100
<i>Edition 1</i>	<i>Bruttourval</i>	20	33	25	23	100
	<i>Nettourval</i>	19	33	25	23	100
	<i>Svarande</i>	11	28	30	32	100
<i>Edition 2</i>	<i>Bruttourval</i>	21	32	23	23	100
	<i>Nettourval</i>	21	32	24	23	100
	<i>Svarande</i>	14	26	26	33	100
<i>Edition 3</i>	<i>Bruttourval</i>	22	32	23	23	100
	<i>Nettourval</i>	22	32	23	23	100
	<i>Svarande</i>	14	27	27	32	100
<i>Edition 4</i>	<i>Bruttourval</i>	21	33	23	23	100
	<i>Nettourval</i>	20	32	25	22	100
	<i>Svarande</i>	13	25	29	33	100
<i>Edition 5</i>	<i>Bruttourval</i>	21	34	22	23	100
	<i>Nettourval</i>	20	34	23	23	100
	<i>Svarande</i>	12	28	26	34	100
<i>Edition 6</i>	<i>Bruttourval</i>	21	33	24	23	100
	<i>Nettourval</i>	20	33	24	23	100
	<i>Svarande</i>	14	28	27	32	100
<i>Edition 7</i>	<i>Bruttourval</i>	20	32	22	25	100
	<i>Nettourval</i>	20	32	23	25	100
	<i>Svarande</i>	13	26	25	36	100

**Kommentar:** Data om befolkningen, avgränsade till åldersintervallet 16–85 år, data om respektive urval är hämtade från registerdata, data om svarande från respondentens egen uppgift (registerdata i de fall uppgift saknas). Resultaten baseras delvis på data från Statistiska Centralbyrån.

I figur 6 redovisas procentavvikelsen i svarsgruppen i förhållande till befolkningen bland de svarande i den nationella SOM-undersökningen med ett urval från hela landet. Ju närmare nollstreckat kurvan löper desto bättre är representativiteten. Personer under 50 år är underrepresenterade i SOM-undersökningarna, speciellt 20 till 30-åringar medan de över 50 år är överrepresenterade och då speciellt de mellan 60 och 80 år. Figurens utformning känns igen från tidigare år och har under ett flertal år följt samma mönster i över-/underrepresentation.



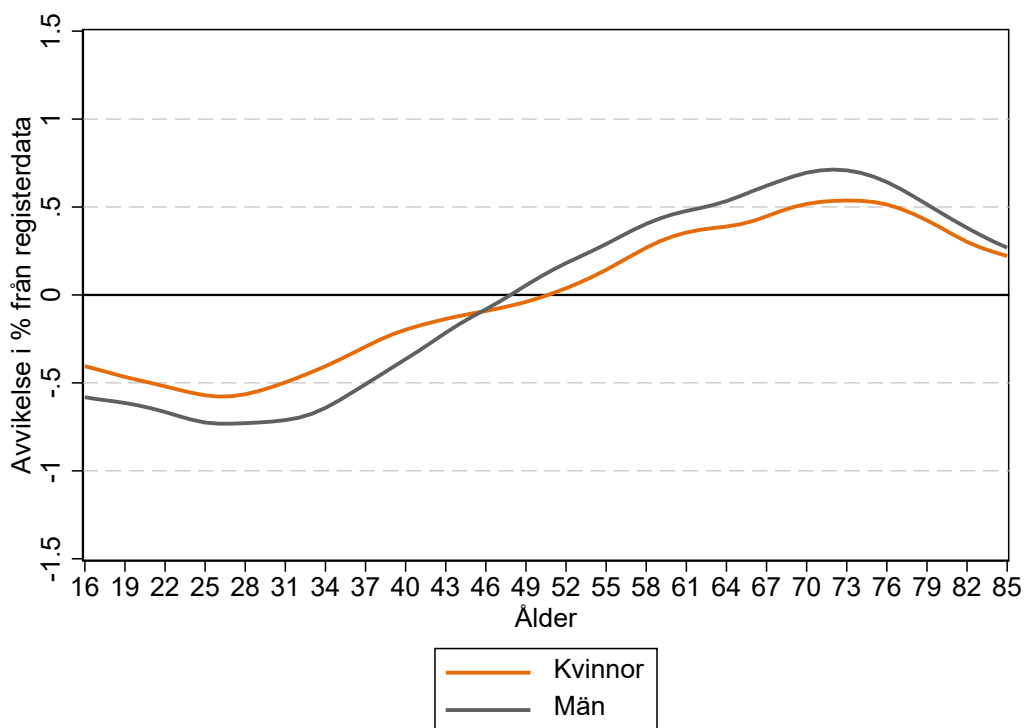
**Figur 6** Åldersrepresentativitet i den nationella SOM-undersökningen i förhållande till befolkningen, 2021 (procentenheters avvikelse)



**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 16–85 år, baseras på data från Statistiska Centralbyrån. Grafen utjämnande och baserad på fraktionen 0,3 av medelvärdet av totala antalet observationer för varje värde.

I figur 7 redovisas procentavvikelsen i svarsgruppen för den nationella SOM-undersökningen i förhållande till befolkningen uppdelat på kvinnor och män. Ju närmare nollstrecket kurvan löper desto bättre är representativiteten. Figuren visar att det främst är yngre män som står för den tidigare presenterade lägre svarsfrekvensen bland yngre, då män i något högre grad är underrepresenterade bland yngre svarande jämfört med kvinnor.

**Figur 7** Åldersrepresentativitet i den nationella SOM-undersökningen efter kön i förhållande till befolkningen, 2021 (procentenheters avvikelse)



**Kommentar:** Se kommentar i figur 6.

Bland svarande är andelen som är födda i Sverige överrepresenterade jämfört med bruttourvalet (tabell 21). Utrikesfödda är däremot kraftigt underrepresenterade bland de svarande i undersökningen. En liten andel faller bort från urvalet som naturligt bortfall, med bristande språkkunskaper som dominerande skäl, men de flesta förvinner som svarsvägran/ej anträffade.

Jämförelserna mellan svarspersonernas och befolkningens demografiska sammansättning visar att SOM-undersökningarnas respondenter sammantaget speglar Sveriges befolkning väl i de flesta avseenden. De personer som är underrepresenterade i svarsgruppen tillhör grupper som ofta är mindre etablerade i samhället – yngre och utrikesfödda – där födelseland står för den största skevheten.

**Tabell 21** Andel födda i Sverige och utrikesfödda bland svarande och i urvalet i den nationella SOM-undersökningen 2021 (procent)

	Född i Sverige	Född i annat land i Norden	Född i annat land i Europa	Född i land utanför Europa
Bruttourval	78	2	7	13
Svarande	86	2	5	7
Δ Urval och svar	8	0	2	6

## Referenser

Arkhed, S., Oscarsson, H. & Vernersdotter, F. (2017). Incentivizing the SOM-surveys: Estimating the effects on questionnaire response rates. LORE methodological note 2017:1, Göteborgs universitet.

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

Falk, E., Sandelin, F., & Weissenbilder, M. (2021). Den nationella SOM-undersökningen 2020 - En metodöversikt. SOM-rapport 2021:2 Göteborgs universitet.

Falk E. (Kommande). Effects of diversified conditional incentives to people aged 18-39.

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

Martinsson, M., Lundmark, S. & Sandelin, F. (Kommande). Effects of pre-notification and push to web in the SOM-surveys.

Skatteverket (2022). Årsredovisning För Skatteverket.

<https://www.skatteverket.se/download/18.339cd9fe17d1714c0778b8d/1645600120541/arsredovisning-skatteverket-2021-skv165-utgava30.pdf>

## **Appendix I. SMS-påminnelser i den nationella SOM-undersökningen 2021**

### **Utskick 1**

Hej! Vi på SOM-institutet vid Göteborgs universitet bjöd nyligen in dig att svara på en enkät. Vi hoppas att du kan tänka dig att delta. Klicka här för att öppna enkäten: [länk till inloggad enkät]. Som tack för din medverkan får du [en trisslott/ett GoGift SuperPresentkort till ett värde av 50 kronor]. Tack! Johan Martinsson

### **Utskick 2**

Hej igen! Vi på SOM-institutet vid Göteborgs universitet är fortfarande intresserade av dina svar. Klicka på länken för att komma till enkäten: [länk till inloggad enkät]. Som tack för din medverkan får du [en trisslott/ett GoGift SuperPresentkort till ett värde av 50 kronor]. Vill du inte delta kan du klicka på följande länk: [länk till bortfallsenkät]. Tack! Johan Martinsson

### **Utskick 3**

Hej igen! SOM-undersökningen pågår fortfarande och ditt svar är viktigt. Klicka på följande länk för att komma till enkäten: [länk till inloggad enkät]. Som tack för din medverkan får du [en trisslott/ett GoGift SuperPresentkort till ett värde av 50 kronor]. Vill du inte delta kan du klicka på följande länk: [länk till bortfallsenkät]. Tack! Johan Martinsson

### **Utskick 4**

Hej igen! SOM-undersökningen pågår fram till årsskiftet. Klicka på följande länk för att komma till enkäten: [länk till inloggad enkät]. Som tack för din medverkan får du [en trisslott/ett GoGift SuperPresentkort till ett värde av 50 kronor]. Resultaten från undersökningen presenteras under våren 2022. Vill du inte delta kan du klicka på följande länk: [länk till bortfallsenkät]. Tack! Johan Martinsson

SOM-institutet vid Göteborgs universitet genomför årligen nationella och lokala frågeundersökningar och anordnar seminarier på temat Samhälle, Opinion och Medier.

SOM-institutet | Seminariegatan 1B | Box 710, 405 30 Göteborg  
031 786 3300 | [info@som.gu.se](mailto:info@som.gu.se) | [www.gu.se/som-institutet](http://www.gu.se/som-institutet)

