

SOM-undersökningen i Göteborg 2021 - En metodöversikt

Elisabeth Falk, Frida Sandelin och Marcus Weissenbilder [SOM-rapport nr 2022:05]

Innehåll

1 Inledning.....	2
2 Population och urval.....	3
Population	3
Urval	3
3 Frågeformulär.....	5
Pappersformulärens utformning och innehåll	5
Webbformulärens utformning och innehåll.....	5
4 Datainsamling.....	6
Webbssvar.....	6
Vem svarar på webben och hur?.....	6
5 Fältarbete	8
Experiment i SOM-undersökningen 2021	8
Fältplan och insatser	9
Postala påminnelser	10
SMS-påminnelser.....	11
Avböja medverkan.....	11
6 Inflöde.....	12
7 Svarefrekvens och bortfall	14
Kontaktgrad.....	17
Svartsbortfall.....	19
8 Representativitet.....	21
Svarsgruppens sammansättning	21
Referenser	24
Appendix I. SMS-påminnelser i SOM-undersökningen i Göteborg 2021	25

1 Inledning

SOM-institutet vid Göteborgs universitet genomför årligen frågeundersökningar i syfte att kartlägga den svenska allmänhetens vanor och attityder på temat Samhälle, Opinion och Medier. SOM-institutet är en centrumbildning vid Göteborgs universitet och har sin bakgrund i ett samarbete mellan forskare vid Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) och Statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet.

Under hösten 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 SOM-undersökningen i Göteborg 2021.¹ Utöver denna rapport finns även motsvarande för den nationella SOM-undersökningen 2021 och den västsvenska SOM-undersökningen 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 svarsmönster, bortfall och representativitet analyseras.

¹ 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 SOM-undersökningarnas långa historia har målpopulationen för studierna varierat något, men är överlag likvärdiga. Populationen för SOM-undersökningen i Göteborg 2021 var 16–85-åringar boende i Göteborgs kommun. Det är denna population som undersökningen gör anspråk på att uttala sig om.

Urval

SOM-undersökningen i Göteborg 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 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, främst avseende födselar, 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.

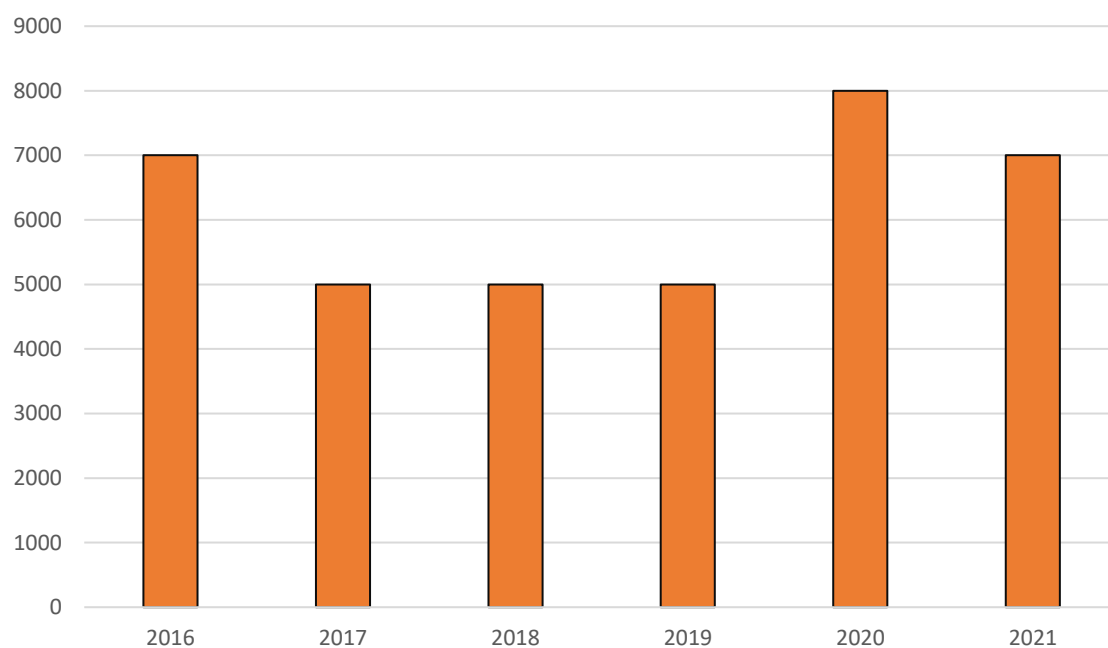
Tabell 1 redovisar urvalen i editionerna av SOM-undersökningen i Göteborg 2021. SOM-undersökningen i Göteborg 2020 hade ett totalurval om 7 000 personer.

Tabell 1 Urval i 2021 års SOM-undersökning i Göteborg

Undersökning/urvalsgrupp	Urvalstorlek	Ålder
Totalt	7 000	16–85 år

Figur 1 visar hur urvalet i SOM-undersökningen i Göteborg sett ut under de sex år undersökningen genomförts. Urvalet har varierat något över tid. Under 2016 års undersökning var urvalet 7 000 på grund av ett incitamentsexperiment (Arkhede, Bové, Bové & Jansson, 2017), 2017–2019 låg urvalet på 5 000 och under 2020 års undersökning var urvalet 8 000 på grund av ett experiment kring enkätlängd, i 2021-års undersökning återgick urvalet till 7 000 på grund av två experiment, som redovisas i delen om fältarbete i denna rapport.

Figur 1 Urval i SOM-undersökningen i Göteborg 2016–2021 (antal)



Urvalet till årets undersökning 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.

3 Frågeformulär

SOM-undersökningen i Göteborg 2021 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 formulär med 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 a, kommande). 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 2016–2021.

Tabell 2 Formulärets innehåll, SOM-undersökningen i Göteborg 2016–2020

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

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 2021 års undersökning.²

Webbformulärens utformning och innehåll

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

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

likhet med de som svarade på pappersversionen kunde klicka sig vidare i enkäten utan att svara på alla frågor. De frågor som svarspersonerna i pappersversionen instruerades att hoppa över baserat på tidigare svar, doldes automatiskt i den digitala versionen av enkäten. Somliga personer som svarade via webben såg därför en kortare version av enkäten än de som svarade på papper.

4 Datainsamling

Datainsamlingen för SOM-undersökningen i Göteborg 2021 ägde rum med start i september 2021 och pågick till och med slutet av december 2021. Undersökningsdesignen som används 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 postutskick med inloggningsuppgifter samt QR-kod till en webbenkät som Institutet för kvalitetsindikatorer (Indikator) administrerade, postenkäter skickades sedan ut via en påminnelse, som returnerades till Institutet för kvalitetsindikatorer (Indikator) där de genomgick en skanningsprocess. Vid slutet av fältperioden slogs data från pappersenkäterna och webbenkäterna ihop till en samlad datafil.

Webbsvar

I SOM-undersökningen i Göteborg 2021 fick respondenterna *enbart* möjligheten att svara på webben vid det första utskicket, vilket förklarar den mycket stora ökningen av andelen webbsvar. Här skiljde sig fältplanen 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 2 476 personer, motsvarande 35,4 procent av bruttourvalet och 73,9 procent av de svarande som besvarade den SOM-undersökningen i Göteborg digitalt 2021.

Tabell 3 Andel webbsvar för SOM-undersökningarna i Göteborg 2016–2021 (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

Vem svarar på webben och hur?

Svarsmönstret i olika grupper bland webbsvaren har visat sig stabilt under de sex 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 2021 var det omkring 82 procent av de svarande mellan 20 och 29 år som valde att svara på webben. Motsvarande andel i

gruppen 60–69 åringar var 73 procent och i gruppen 70–79 åringar 66 procent. Andelen män som svarar på webben (75 procent) skiljer sig inte signifikant mot andelen kvinnor (73 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 eller på papper och ligger kring sju procent på webben jämfört med fem 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 38 procent av de digitala svaren på den SOM-undersökningen i Göteborg 2021 från en dator, 61 procent från en mobiltelefon och resterande 1 procent från en surfplatta. Jämfört med 2020 så har andelen som svarar på mobilen ökat signifikant mot andelen datorsvar och andelen svar från surfplattor minskat, två trender som noterats även under tidigare år.

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

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 60–85-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 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. En tydlig trend syns även här, där de under 50 år föredrar QR-kod vilket oftast innebär svar via mobiltelefon, 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 västsvenska SOM-undersökningen 2021	45	38	17

5 Fältarbete

Fältarbetet för 2021 års SOM-undersökning i Göteborg 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 SOM-undersökningen i Göteborg 2021 genomfördes ett experiment som syftade till att undersöka om ett annat incitament med ett högre monetärt värde jämfört med trisslotten (som sedan 2017 skickas ut som belöning till de personer som besvarat undersökningen) kunde öka svarsfrekvensen bland personer födda utanför Norden, det vill säga en grupp som svarar i lägre utsträckning på undersökningen. Incitamentet som användes till experimentgruppen var GoGift Superpresentkort värde 99 SEK. Experimentet genomfördes bland 18–85 åringar (16–17 åringar får inte ta emot trisslotten som belöning därav saknades en kontrollgrupp för dessa). Urvalet slumpades in i två olika grupper (se tabell 6).

Tabell 6 Experimentupplägg Incitament till personer födda utanför Norden 18–85 år

GoGift SuperPresentkort – monetärt värde 99 SEK	Grupp 1: GoGift SuperPresentkort 1 012 personer
Trisslott – monetärt värde 30 SEK	Grupp 2: Trisslott 986 personer

Resultaten av incitamentexperimentet visade att GoGift Superpresentkort värde 99 SEK inte påverkade svarsfrekvensen jämfört med trisslotten. Inte heller datakvalitet eller representativitet visade någon

påverkan. En utförligare beskrivning av experimentet kommer att finnas tillgängligt framöver i Sandelin (Kommande b).

Fältplan och insatser

I SOM-undersökningen i Göteborg 2021 infördes en förändring i fältplanen. Till skillnad från föregående år där respondenterna fick möjlighet att besvara enkäten både på papper och webben i första missivet fick de endast möjlighet att besvara enkäten på webben (push-to-web). Först i andra missivet som skickades ut tre veckor senare ingick en pappersenkät. Anledningen till förändringen var resultaten av det experiment som genomfördes i den nationella SOM-undersökningen 2020 som visade att push-to-web inte påverkade svarsfrekvensen negativt, minskade kostnaderna samt att representativiteten blev marginellt bättre. Utförligare resultat av det experimentet finns i Martinsson, Lundmark & Sandelin (Kommande).

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 7). 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 nio olika språk. Under resterande del av fältperioden genomfördes en serie påminnelseinsatser per brev och per sms. Alla påminnelser via brevmässig innehöll pappersenkäten tillsammans med ett frankerat svarskuvert. Utöver det innehöll samtliga papperspåminnelser inklusive tack- och påminnelsekortet 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 där de fyra sista innehöll en pappersenkät, 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 7 Fältinsatser i SOM-undersökningarna 2021

13 sept	Utskick av Aviseringsvykort
20 sept	Utskick av Missiv 1 – information om hur man besvarar enkäten på webben, informationsbroschyr och information på nio språk,
29 sept	Utskick av Tack-/påminnelsevykort (med omslutande kuvert)
7 okt	Utskick av SMS 1 .
14 okt	Utskick av Missiv 2 – formulär och svarskuvert och penna.
26 okt	Utskick av SMS 2 . Innehållande länk för att avböja medverkan i undersökningen.
4 nov	Utskick av Missiv 3 – formulär och svarskuvert.
11 nov	Utskick av SMS 3 . Innehållande länk för att avböja medverkan i undersökningen.
18 nov	Utskick av Missiv 4 – formulär och svarskuvert.
25 nov	Utskick av SMS 4 . Innehållande länk för att avböja medverkan i undersökningen.
6 dec	Utskick av Missiv 5 – formulär, svarskuvert och bortfallsenkät.
30 dec	Fältstopp

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. 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 (Arkhed, Oscarsson och Vernersdotter, 2017). Från och med 2017 års SOM-undersökningar erbjöds denna belöning till samtliga svarande.

Fältarbetet avslutades med att Institutet för kvalitetsindikatorer – Indikator gjorde en slutskanning av inkomna enkäter och sammanställde en datafil som skickades till SOM-institutet för validering den 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 60 procent av det urvalet som gick till telefonnummersättning inte gick att telefonnummersätta.

Efter att aviseringkort och det första brevmissivet 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 uppmaning att svara på enkäten och pappersenkät. 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 41 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 8 visar telefonnummersättningsgraden för olika åldersgrupper vid telefonnummersättningen i 2021 års SOM-undersökning i Göteborg.

Tabell 8 Andel telefonnummersatta (mobiltelefonnummer) per åldersgrupper, SOM-undersökningen i Göteborg 2021 (procent)

Samtliga	16–29 år	30–49 år	50–64 år	65–85 år
41%	27%	40%	47%	53%

Tabell 9 redovisar det övergripande upplägget för sms-påminnelser i SOM-undersökningen i Göteborg 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 9 SMS-utskick i SOM-undersökningen i Göteborg 2021

Utskick	Antal skickade sms	Fältdag
1	2 068	17
2	1 622	36
3	1 358	52
4	1 170	66

Avböja medverkan

I undersökningen 2021 fick de respondenter som inte ville delta istället 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 10 SMS: Antal nej, andel som svarat nej och andel av totalt bortfall (procent)

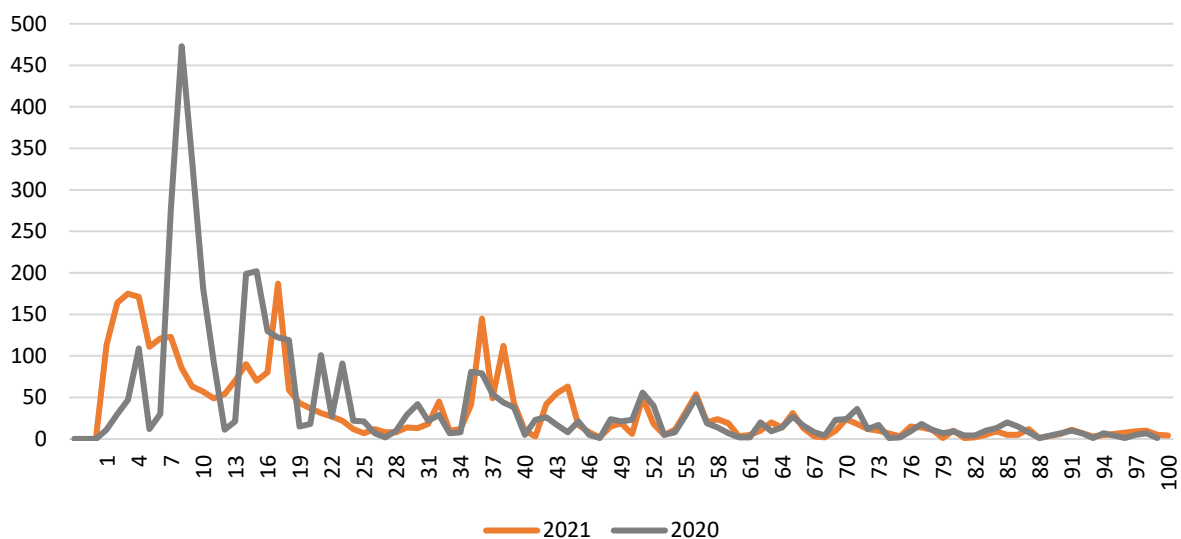
	Antal SMS-nej	Andel SMS-mottagare som svarat "Nej"	Andel av bortfall*
SOM-undersökningen i Göteborg	165	8%	5%

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

6 Inflöde

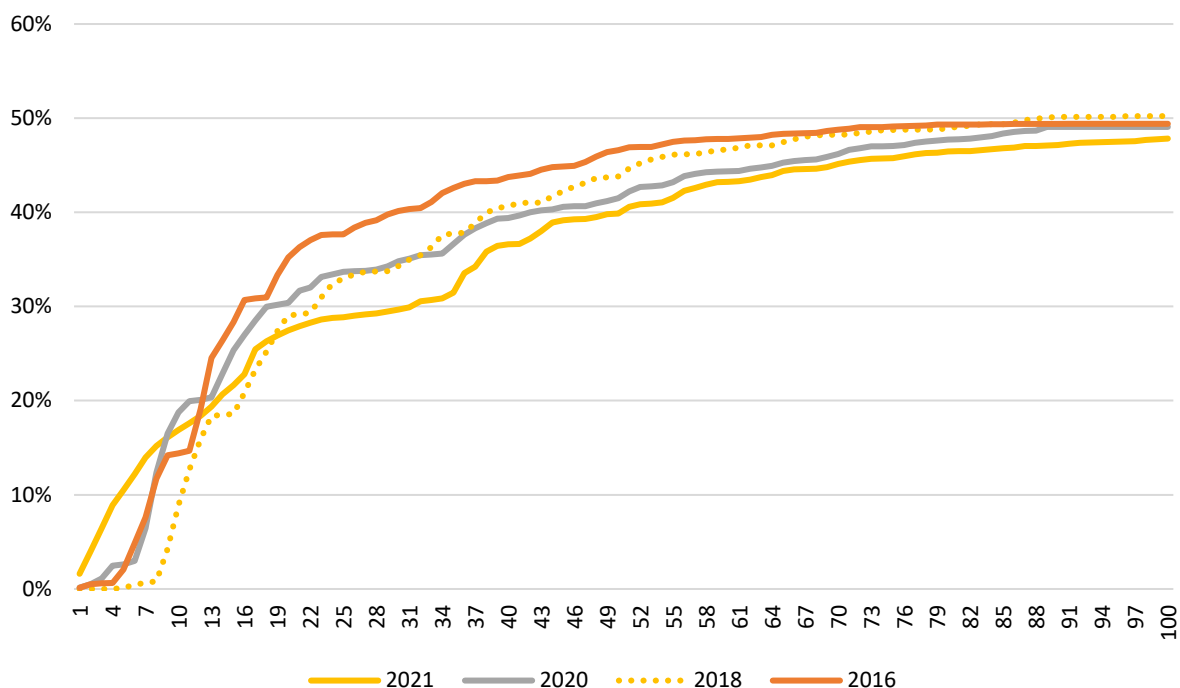
SOM-undersökningen i Göteborg har under de första åren den genomförts uppvisat samma inflödesmönster. Dock är inflödesmönstret något annorlunda i 2021 års undersökning jämfört med 2020, till följd av de förändringar som gjorts i fältarbetet (se kapitel 5). Den första toppen av inkommande enkäter skedde tidigare än 2020 med tanke på att respondenter då 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, 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 2020–2021 (antal enkäter)



De flesta respondenter som väljer att svara på en SOM-undersökning gör det redan under de första veckorna. Vid inflödesdag 30 var bruttosvarsfrekvensen för SOM-undersökningen i Göteborg 30 procent och 77 procent av de slutgiltiga svaren kom in före första november (se figur 3).

Figur 3 Dagligt inflöde av enkäter i SOM-undersökningen i Göteborg 2016–2021 (kumulativ procent av bruttourvalet)



Efter 30 dagar ligger bruttosvarsfrekvensen på 30 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 prenumeration på morgontidning, vilka vi vet samvarierar med bland annat ålder, kön och etableringsgrad i samhället och ofta används som referensvariabler.

I tabell 11 syns att längden på 2021 års undersökningars fältperiod avhjälpte initiala skevheter i prenumeration på morgontidning och politiskt intresse. Tydligast skillnad mellan tidiga och sena skeden i svarsperioden är förändringen i diverse medievanor, representerat i tabell 9 av förändringen i prenumeration på morgontidning. Bland de olika åldersgrupperna syns tydligt hur de mellan 16–19 år, som är svåra att nå under fältperioden, svarar i något större utsträckning när fältperioden hålls längre.

Tabell 11 Effekt av lång fältperiod på SOM-undersökningen i Göteborg 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	Prenumeration på morgon- tidning ³
Fältdag 40	3,6	15,4	18,8	15,1	13,8	16,4	13,5	3,5	100,0	21,5	38,8
Sista fältdagen	4,0	15,2	18,8	16,3	14,1	15,8	12,3	3,5	100,0	20,2	37,1
Δ fältdag 40 och sista fältdag	+0,5	-0,2	±0	+1,2	+0,3	-0,5	-1,2	±0		-1,3	-1,7

³ Prenumeration på morgontidning avser Göteborgs-Posten.

7 Svarsfrekvens och bortfall

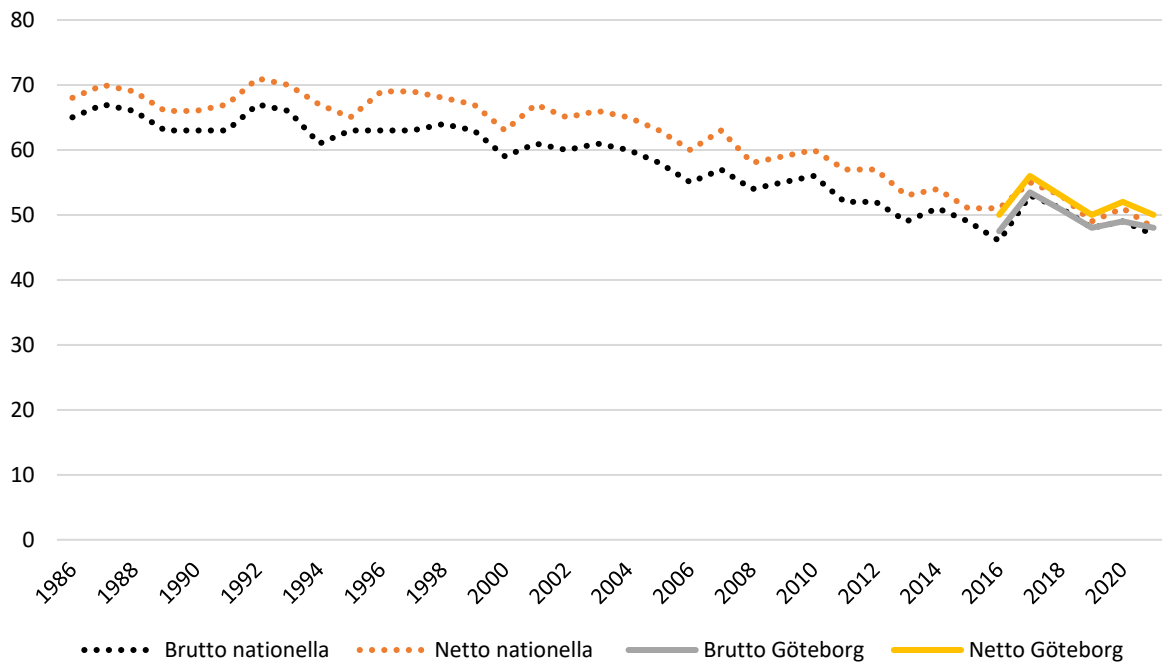
Från bruttourvalen räknar vi bort ett så kallat naturligt bortfall. Det naturliga bortfallet redogörs för senare i kapitlet. Det kvarvarande nettourvalet ligger till grund för redovisningar av undersökningarnas svarsfrekvens. Nettosvarsfrekvensen för den SOM-undersökningen i Göteborg 2021 var 50 procent.

Tabell 12 Svartsfrekvenser för SOM-undersökningen i Göteborg 2021

Bruttourval	7 000
Naturligt bortfall	312 (4,5%)
Nettourval	6 688
Vägran	229
Ej anträffade	3 109
Antal svarande	3 350
Svarsfrekvens brutto	48%
Svarsfrekvens netto	50%

Historiskt har de nationella SOM-undersökningarna uppvisat en mycket hög svarsfrekvens med en genomsnittlig svarsfrekvens för alla de nationella undersökningarna 1986–2021 på 62 procent medan motsvarande siffra för bruttosvarsfrekvensen är 58 procent (figur 4). Den genomsnittliga nettosvarsfrekvensen för Göteborg 2016–2021 är 52 procent och bruttosvarsfrekvensen 49 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 2 procentenheter i 2021 års undersökning. Sedan SOM-undersökningarna i Göteborg startade 2016 har det varit mellan två och tre procentenheters skillnad mellan brutto- och nettosvarsfrekvens (se figur 4).

Figur 4 Brutto- och nettosvarsfrekvens i de nationella SOM-undersökningarna 1986–2021 och SOM-undersökningen i Göteborg 2016–2021 (procent)



Av tabell 13 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 53 procent och av männen svarade 47 procent på SOM-undersökningen i Göteborg 2021. 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, då trisslotter visat 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 mer än 20 procentenheter i svarsfrekvens 2021 mellan det stadsområde som har lägst, Nordost (36%), jämfört med den som har högst, Centrum (58%).

Tabell 13 Nettosvarsfrekvens i olika grupper i SOM-undersökningarna i Göteborg, 2016–2021 (procent)

		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Antal nettourval 2021
	Samtliga	50	56	53	50	52	50	6 688
<i>Kön</i>	Kvinnor	53	58	55	52	54	53	3 300
	Män	47	54	51	48	50	47	3 388
<i>Ålder</i>	16–19 år	43	49	45	40	43	40	341
	20–24 år	35	39	38	35	41	39	552
	25–29 år	40	48	42	41	40	44	676
	30–39 år	44	49	47	45	45	44	1 445
	40–49 år	46	52	52	49	49	50	1 088
	50–59 år	54	62	55	53	56	49	964
	60–69 år	67	70	66	62	64	64	830
	70–79 år	70	77	77	73	73	66	619
80–85 år	58	71	74	76	66	68	173	
<i>Stadsområde</i>	Nordost	43	40	40	38	37	36	1 187
	Centrum	56	61	58	55	57	58	2 340
	Sydväst	56	62	58	52	53	55	1 343
	Hisingen	49	55	52	50	54	46	1 815

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 14 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. Under 2021 minskar kontaktgraden återigen, främst till följd av lägre svarsfrekvens och att personer i lägre utsträckning hörde av sig till SOM-institutet. Totalt 53 procent av urvalet i den SOM-undersökningen i Göteborg 2021 återkopplade på något sätt till SOM-institutet.

Tabell 14 Bekräftad kontakt i SOM-undersökningarna i Göteborg 2016–2021 (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

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 15 redovisas kontaktmönstret i detalj i SOM-undersökningen i Göteborg 2016–2021. 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 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.

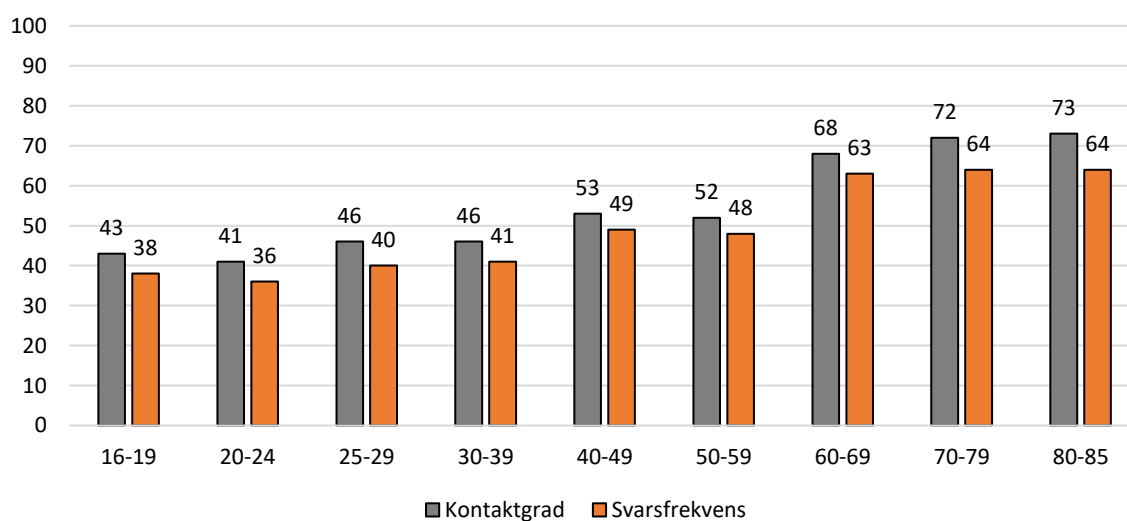
Tabell 15 Kontaktmönster i SOM-undersökningen i Göteborg 2016–2021 (procent)

	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 ifylld och inskickad		
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

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 omkring 44 procent. Kontaktgraden ökar stadigt upp i åldrarna och bland dem i åldrarna 60–85 år är det endast 29 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 fyra och nio procentenheter för samtliga åldersgrupper. Den relativt högre kontaktgraden i förhållande till svarsfrekvens bland 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 SOM-undersökningen i Göteborg 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 3 650 personer som inte svarade på SOM-undersökningen i Göteborg 2021 var det 376 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. 2021 var den grupper 312 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 16), 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 16 Kategorier av naturligt bortfall i SOM-undersökningen i Göteborg 2021 (procent)

Anledning	Procent
Fysiskt/mentalt oförmögen att svara	7
Adress okänd/flyttat	56
Bor utomlands/bortrest på längre tid	30
Ej svensktalande/språksvårigheter	3
Avliden	4
Summa procent	100
Antal personer	312

Mot bakgrund av att undersökningarna 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. 2021 uppgick den gruppen till 64 personer. Kategoriseringen av olika anledningar gjordes efter ett förutbestämt kodschema men av olika personer (tabell 17) och utgör dessutom en mycket liten grupp. 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 17 **Specificerade skäl till att inte vilja delta i SOM-undersökningen i Göteborg 2021 (procent)**

Anledning	Procent
Har inte tid	5
För många frågor	3
Vill av princip inte delta	6
Frågorna är ointressanta	5
Litar ej på anonymiteten	0
Frågorna är för svåra	0
Annat/ej uppgett specifikt skäl	81
Summa procent	100
Antal personer	64

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.

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. I tabell 18, 19 och 20 redovisas bruttourvalet, nettourvalet och svarsgruppens representativitet i fråga om kön, ålder och födelse-land relativt befolkningen. Alla jämförelser avser den del av befolkningen som urvalet representerar, det vill säga boende i Göteborgs kommun i åldrarna 16 till 85 år. Fördelningen mellan kvinnor och män är 50/50 i befolkningen. Bland de svarande i SOM-undersökningen i Göteborg är fördelningen 52/48, vilket tydliggör hur kvinnor är mer benägna att svara på undersökningen än män (tabell 18).

Tabell 18 Könsfördelning bland urval och svarande jämfört med svenska befolkningen, SOM-undersökningen i Göteborg 2021 (procent)

Befolkningsunderlag	Kvinnor	Män	Summa
Befolkningen	50	50	100
Bruttourval	49	51	100
Nettourval	49	51	100
Svarande totalt	52	48	100

Kommentar: Data om befolkningen, avgränsade till åldersintervallet 16–85 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 fem procentenheter och 65–85-åringar som är överrepresenterade med sex procentenheter (tabell 19). Skevheten i åldersfördelningen är större bland män än bland kvinnor.

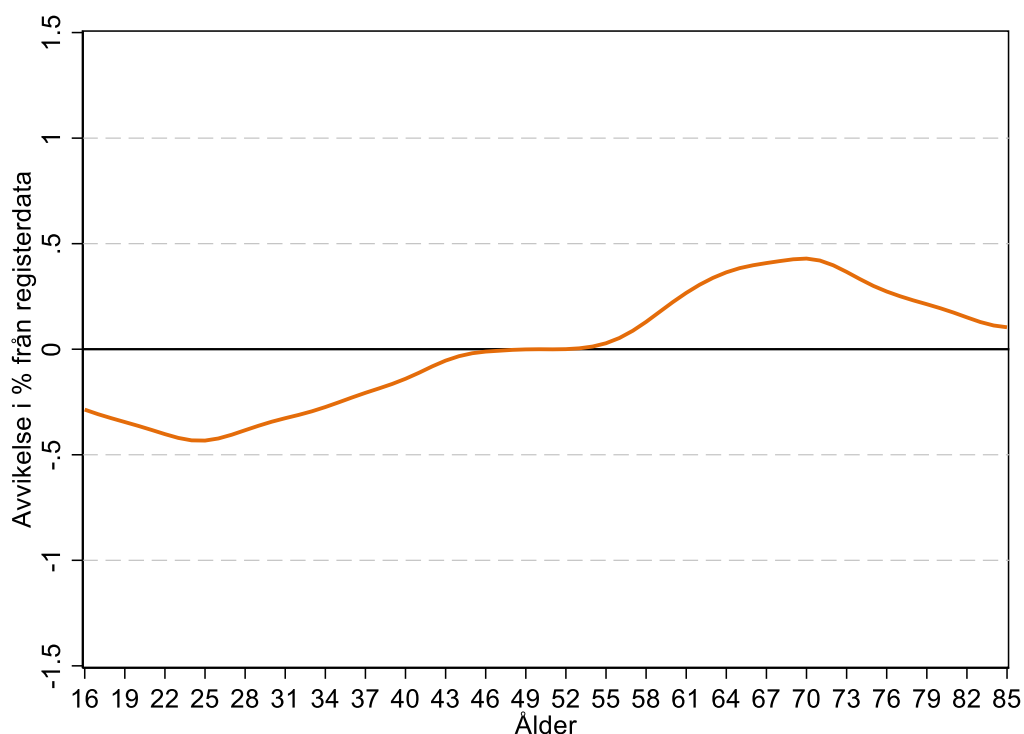
Tabell 19 Åldersgruppernas fördelning bland svarande och i urvalet jämfört med befolkningen i Göteborg, SOM-undersökningen i Göteborg 2021 (procent)

Befolkningsunderlag	16–29 år	30–49 år	50–64 år	65–85 år	Summa
Befolkning	25	37	21	17	100
Bruttourval	24	38	20	18	100
Nettourval	23	38	21	18	100
Svarande	19	35	22	24	100

Kommentar: Data om befolkningen, avgränsade till åldersintervallet 16–85 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 medan de över 60 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.

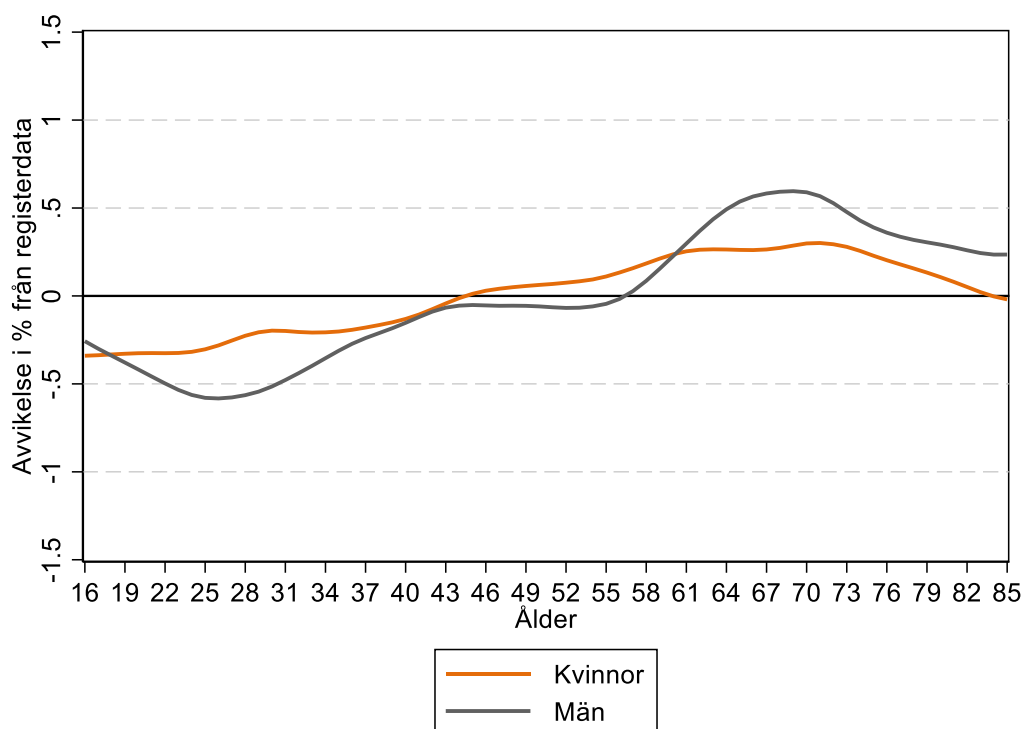
Figur 6 Åldersrepresentativitet i SOM-undersökningen i Göteborg i förhållande till befolkningen, 2021 (procentenheters avvikelse)



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 är utjämnande och baserad på fraktionen 0,3 av medelvärde 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 över 60 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, 2021 (procentenheters avvikelse)



Kommentar: Se kommentar i figur 6.

Bland svarande är andelen som är födda i Sverige överrepresenterade jämfört med bruttourvalet (tabell 20). 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 20 Andel födda i Sverige och utrikesfödda bland svarande och i urvalet, SOM-undersökningen i Göteborg 2021 (procent)

	Född i Sverige	Född i annat land i Norden	Född i annat land i Europa	Född i land utanför Europa
Bruttourval	68	2	9	20
Svarande	80	2	6	12
Δ Urval och svar	12	0	3	8

Referenser

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

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

Falk, E., Sandelin, F. & Weissenbilder, M. (2021). SOM-undersökningen i Göteborg 2020 - En metodöversikt. SOM-rapport 2020:4 Göteborgs universitet.

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, J., Lundmark, S. & Sandelin, F. (Kommande). Push to web in the 2021 National and West Regional SOM Surveys

Sandelin, F. (Kommande a). Effects of questionnaire length on response rate, non-response bias and data quality.

Sandelin F. (Kommande b). Effects of diversified conditional incentives to people born outside the Nordics.

Skatteverket (2022). Årsredovisning För Skatteverket.

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

Appendix I. SMS-påminnelser i SOM-undersökningen i Göteborg 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 | www.gu.se/som-institutet

