



Ipsos Public Affairs

The Social Research and Corporate Reputation Specialists

Pragmatism i en föränderlig tid

Nicklas Källebring

Februari 2016

© 2015 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

Nicklas Källebring

Konsult Ipsos Public Affairs

För att inga missförstånd ska råda efter min presentation så vill jag på förhand deklarerera följande generella, personliga, åsikter:

- Sannolikhetsurval är alltid att föredra
- Högre svarsfrekvens är bättre än lägre
- Vetenskap och beprövad erfarenhet bör följas

I en undersökares drömvärld...

- Urvalsramar som täcker hela målpopulationen
- Kommunikation med alla utvalda respondenter
- 100 procent i svarsfrekvens
- Uttömande, ärliga och sanningsenliga svar på frågor som uppfattas på samma sätt av alla respondenter och som tolkats helt i enlighet med frågeställarens intentioner
- Korrekt och felfri vägning och bearbetning av resultaten
- En tydlig resultatpresentation fri från feltolkningar, subjektiva värderingar och överdrivna slutsatser med tydliga konklusioner och rekommendationer – självklart med en kortfattad men ändå detaljerad metodbeskrivning bilagd

OM DET INTE VORE FÖR VERKLIGHETEN...

Många utmaningar för undersökningsbranschen

- Täckningsproblem
- Bortfallsproblem
- Ändrade kommunikationsvanor
- Misslyckande i samband med val, både här hemma och utomlands, spretande väljarbarometrar och i många fall bristande transparens väcker liv i frågan ”kan man lita på opinionsundersökningar?”

Täckningsproblem

- Telefonundersökningar
 - Tillgängliga databaser har inte önskvärd täckning av befolkningen – användbar kontaktinformation saknas till en stor andel av de yngre
 - Telefonnummersatta befolkningsurval (SPAR) är bättre men inte problemfria
 - Svårt att spåra utan tillgång till register av olika slag
- Förrekryterade respondentpaneler
 - Bara en begränsad del av befolkningen som kan tänka sig att vara med i en panel

Bortfallsproblematiken

- Är väl känd
- Fortsätter att öka
- För stort fokus på svarsfrekvensen?
 - En genväg som inte ersätter bortfallsanalysen

Ändrade kommunikationsvanor

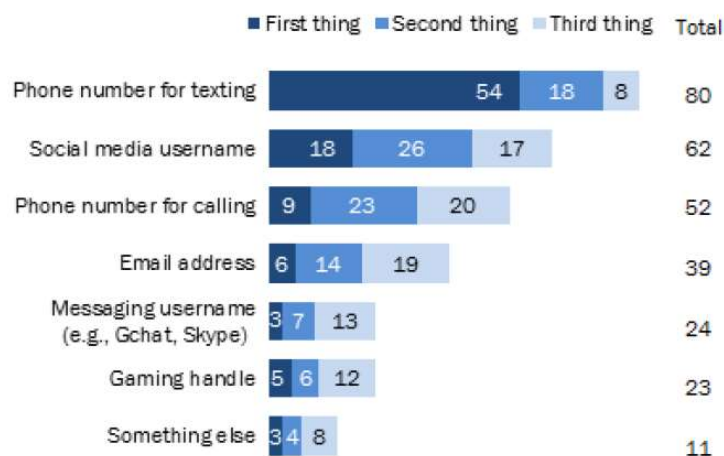
- En del av mänsklighetens historia
- Besöksintervjuer
- Postala enkäter
- Telefonintervjuer
- "Elektroniska" intervjuer (Internet, mobiler m m)
- Vad blir framtiden

ÄNDRADE KOMMUNIKATIONSVANOR

Only in The U S A?

For Many Teens, Phone Number for Texting Is the First Thing They Share With New Friends

% of teens who indicate that the following are the first/second/third piece of contact information that they share with new friends

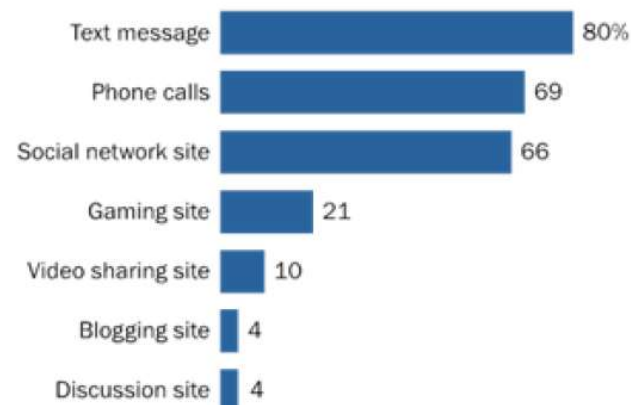


Source: Pew Research Center Teens Relationships Survey, Sept. 25-Oct. 9, 2014, and Feb. 10-March 16, 2015. (n=1,060 teens ages 13 to 17).

PEW RESEARCH CENTER

Phone-based Communication Is Overall Most Popular Method for Reaching Closest Friend

% of teens who say communicating by ____ is one of their top three choices for talking with their closest friend.



Source: Pew Research Center's Teens Relationships Survey, Sept. 25-Oct. 9, 2014, and Feb. 10-March 16, 2015 (n=1,009 teens ages 13 to 17 with a close friend).

PEW RESEARCH CENTER

Hur hantera utmaningarna?

Allt handlar inte om nivåskattningar...



Uppdragsgivarens önskemål är utgångspunkten

- Hjälp att besvara en eller flera frågor
 - Det bästa svaret kan vara men är sällan en så exakt procentsiffra som möjligt
- Bästa möjliga beslutsunderlag
- Uppdraget avgör:
- en eller flera urvalramar/datakällor
 - Exempelvis sannolikhetsurval av individer + förrekryterad panel + "River sampling"
- en eller flera insamlingsmetoder

Vi går mot fler källor och metoder

- Flöden i sociala medier
- Big data
- Prediktionsmodeller



Ökad transparens – en nödvändighet

- Öppenhet med källor, metoder, antaganden – en förutsättning för att kunna bedöma det vi levererar
- Förtroende för vad vi levererar:
 - Kunder/uppdragsgivare
 - Branschen
 - ”Experterna”
- Media och journalister
- Allmänheten

