

Användning av belöningar

(måste man betala sina respondenter?)

Fredrik Scheffer

SSA/SU/MET



Så... vad är nytt?

- Möter en ökad förfrågan från kunder
- Kommit lite nya rön
- Digital insamling (rel forskning)
- Dags för en uppdatering av kunskapsläget...
- ... och SCB:s riktlinjer



Så... vad är gammalt?

- pengar är mer effektivt än andra ersättningsformer
- större belöningar ger större effekt på svarsfrekvensen (inom vissa gränser)
- effekten är störst på undersökningar som har en låg svarsfrekvens i grunden

Så... vad är gammalt?

- förhandsbelöningar (ovillkorad) mer effektiva än utlovad ersättning vid deltagande (villkorad)
- effekten störst för US som saknar andra morötter - t.ex. kompensera för nackdelar (ex. lång intervjutid)
- vissa studier - effekten av belöningar försvinner vid upprepade uppföljningar på bortfallet

Så vad ÄR nytt?



Erfarenheter på SCB

- Experiment i Medborgarundersökningen
- Experiment i PIAAC



Medborgarundersökningen

- 25 kr presentkort
- Ovillkorad
- Ingen effekt på svarsandelar
- Minskat partiellt bortfall
- ”börda” att lösa in (25 % löste in)

PIAAC

- Urval i tre delar (99 kr, 500 kr, 900 kr)
- Villkorad
- CAPI (face to face)
- Ju högre belopp, ju högre svarsandel
- Svårt att generalisera resultatet

Andra experiment i ”svensk kontext”

SOM-institutet

- Godis (kola, ovillkorat): viss effekt (1,6%), ingen påverkan på datakvalitet

(Sandelin & Falk 2023)

- Svårnådda grupper – villkorad, högt/lågt belopp
 - Test 1 – ingen positiv effekt (”börda”)
 - Test 2 – positiv effekt (4 %)

(Sandelin & Falk 2024)

Andra experiment i ”svensk kontext”

Finland (Statistikcentralen)

- Chokladbit – villkorad, positiv effekt på svarsandelar, inga negativa effekter på datakvalitet

(Virtanen & Sari 2019)

Internationellt

- Vissa studier har funnit relativt stora effekter (17-18 %)

(Yu et al 2017, Millar & Dillman 2011)

- 12 % barn/ungdomar

(Bakker et al CBS 2015)

- Ingen negativ effekt på datakvalitet

(Cole et al 2015, Medway & Tourangeau 2015 m.fl)

- Minskad bortfallsbias

(Groves & Peytcheva 2008)

- Störst effekt för ”non responders” (t.ex. i påminnelser)

(Yu et al 2017)

Sammanfattning

- Tidigare – ingen negativ effekt på datakvalitet
- Nu – kan ha en positiv effekt på datakvalitet/representativitet

Sammanfattning

- "Små" belöningar kan ha effekt...
- "Små" summor mer kostnadseffektivt än större summor
- ...om kombinerat med börda försvinner effekten

Sammanfattning

Villkorad - ovillkorad

- Ovillkorad bättre/mer kostnadseffektivt
- Villkorad bra i svårnådda grupper

Några tankar...

- Vad innebär ”ger en effekt”?
- Är belöningar bara konstgjord andning?
- Kan vi få bättre valuta för pengarna vi skulle lägga på belöningar?

Så svaret på frågan kanske är...

Nej, man måste inte betala sina respondenter...

...men det finns situationer när det hjälper.

Tack för att ni lyssnat!



Referenser

CBS (2015) Determinants of children's and young adults' participation in web surveys. Jeldrik Bakker, Annemieke Luiten and Sjoertje Vos. 2015 ESRA conference: ESRA Conference Management System (europeansurveyresearch.org)

Cole, J. S., Sarraf, S. A. & Wang, X. (2015) Does use of survey incentives degrade data quality? Paper presented at the Association for Institutional Research Annual Forum Denver, CO May 2015

Does use of survey incentives degrade data quality? (iu.edu)

Groves, R.M., Singer, E., Corning, A.D., & Bowers, A. (1999). A Laboratory Approach to Measuring the Joint Effects of Interview Length, Incentives, Differential Incentives, and Refusal Conversion on Survey Participation. *Journal of Official Statistics*, 15, 251-68.

Groves, M. & Peytcheva, E. (2008) The Impact of Nonresponse Rates on Nonresponse Bias: a Meta-Analysis. *Public Opinion Quarterly*, Vol. 72, No. 2, Summer 2008, pp. 167–189

HarmoniJoie. N., & Alison. R. H. (2018) The Effect of Varying Incentive Amounts on Physician Survey Response. *Evaluation & the Health Professions* 2019, Vol. 42(1) 71-81: The Effect of Varying Incentive Amounts on Physician Survey Response (sagepub.com)

Mercer, A., Caporaso, A., Cantor, D. & Townsend, R. (2015) How Much Gets You How Much? Monetary Incentives and Response Rates in Household Surveys, *Public Opinion Quarterly*, Volume 79, Issue 1, Spring 2015, Pages 105–129, <https://doi.org/10.1093/poq/nfu059>

Medway, R. L. & Tourangeau, R. (2015) Response Quality in Telephone Surveys: Do Prepaid Cash Incentives Make a Difference? *Public Opinion Quarterly*, Volume 79, Issue 2, Summer 2015, Pages 524–543, <https://doi.org/10.1093/poq/nfv011>

Millar, M. M & Dillman, D. (2011) Improving response to web and mixed-mode surveys. *Public Opinion Quarterly*, Vol. 75, No. 2, Summer 2011, pp. 249–269.

Rao, N. (2020) Cost effectiveness of pre- and post-paid incentives for mail survey response. *Survey practice* 13 (1).



Referenser

Sandelin, F. & Falk, E. (2023) The effects of diversified incentives among two hard-to-reach groups in Sweden: persons aged 18-39 and persons born outside the Nordics. The SOM Institute's Notes on Survey Methodology – 2023:1

Sandelin, F. & Falk, E. (2024) Reassessing incentive effects: Further exploring the role of diversified incentives on persons aged 18-39 and persons born outside the Nordics. The SOM Institute's Notes on Survey Methodology – 2024:1

SCB (2021) Experiment i PIAAC 2021 av C Eriksson SSA/SU/MET & L Larsson SSA/AU/UTB, internt dokument.

SCB (2018) Experiment kring olika längd på och innehåll i enkäter, samt ovillkorad belöning i medborgarundersökningen. J Wilén SSA/UE/ENK (ref L Flood SSA/UE/ENK) internt dokument.

SCB (2016) Frågor och svar: om frågekonstruktion i enkät- och intervjuundersökningar. A. Persson red.

Schwarz, H., Revilla, M. & Struminskaya, B. (2022) Do Previous Survey Experience and Participating Due to an Incentive affect Response Quality? Evidence from the CRONOS Panel, Journal of the Royal Statistical Society Series A: Statistics in Society, Volume 185, Issue 3, July 2022, Pages 981 – 1003,

Singer, E., Van Hoewyk, J. & Maher, M. P. (2000). Experiments With Incentives in Telephone Surveys. Public Opinion Quarterly 64: s. 171 – 188.

Smith, M.G., Witte, M., Rocha, S. & Basner, M. (2019) Effectiveness of incentives and follow-up on increasing survey response rates and participation in field studies. BMC Med Res Methodol 19, 230 (2019).

Virtanen. V., & Sari. J. (2019) Effects of a chocolate response incentive on data quality and representativeness. Paper at NSM 2019.

Available online at: Effects of a chocolate response incentive on data quality and representativeness, Vesa Virtanen and Juhani Saari, Statistics Finland | PPT (slideshare.net)

Yu, S., Alper, H.E., Nguyen, AM., Brackbill, R. M., Turner, L., Walker, D. J., Maslow, C. B. & Zweig, K. C. (2017) The effectiveness of a monetary incentive offer on survey response rates and response completeness in a longitudinal study. BMC Med Res Methodol 17, 77 (2017).

