



# Lathund för enkäter

## - ett stöd till ras- och specialklubbar i avelsarbetet

Information om de egenskaper som ingår i avelsmålen för en hundras är grundläggande i allt avelsarbete och utgör en förutsättning för utformning och uppföljning av Rasspecifika Avelsstrategier, RAS. Att skicka ut en enkät till hundägare och uppfödare av en ras är ett sätt att få mer information om rasen, med avseende till exempel på hälsa eller mentalitet. Enkätinformationen kan fungera som ett komplement till andra informationskällor, såsom data från SKKs hälsoprogram och försäkringsdata.

### Inledning

Innan man inom en rasklubb beslutar sig för att genomföra en enkätundersökning är det flera aspekter som bör tas i beaktande. Vad är syftet med enkäten? Till vem ska enkäten riktas? Vem sammanställer informationen, och hur kommer resultaten att redovisas och användas? Vad kommer det att kosta? Detta är bara några exempel på frågor som behöver diskuteras och besvaras.

För att underlätta för ras- och specialklubbar som planerar att genomföra en enkätundersökning har SKKs Avelskommitté tagit fram denna Lathund. Utöver den kan Svenska Kennelklubben, SKK, bistå klubbarna genom att tillhandahålla exempel på hur en hälsoenkät kan se ut och i samband med utbildning av avelsfunktionärer diskutera frågor kring enkäter.

### Enkätens syfte och omfattning

Börja med att formulera frågeställningen och syftet med en planerad enkät. Vad vill man åstadkomma? Finns det ett verkligt behov av en enkät eller görs den för att det är brukligt, eller för att det känns som ett krav?

De flesta enkäter som genomförs av rasklubbar är så kallade hälsoenkäter, innehållande frågor om eventuell förekomst av olika sjukdomar. En del enkäter har dock varit mer inriktade mot mentalitet och funktion. Man vill gärna få in så mycket information som möjligt när en enkät ändå skickas ut, men hur omfattande kan en

enkät vara innan mottagaren slänger den i papperskorgen direkt? Några tips på vägen:

- Formulera huvudsyftet med enkäten
- Fundera på om en enkät är bästa sättet att få information om det som önskas
- Fråga inte om allt utan endast sådant som är relevant för syftet
- Det bör inte ta mer än 30 minuter att fylla i enkäten

### Målgrupp och urval

Nästa frågeställning som är grundläggande för utfallet av enkäten är: till vilka ska enkäten ställas, det vill säga vilka är målgruppen? Alla hundägare inom hundrasen? Uppfödare av hundrasen? Till ägare av hundar av alla åldrar, eller till vissa åldersgrupper? Även om man gör ett första urval måste man förmodligen, av praktiska skäl, begränsa antalet individer som kan inkluderas.

Svaret på frågan om målgrupp beror bland annat på syftet med enkäten. Om syftet är att få en bild av förekomsten av hälsoproblem som vanligen uppkommer hos medelålders eller äldre hundar är det knappast någon idé att skicka ut enkäten till ägare av valpar och unghundar. Oftast är det praktiskt att välja ut ett visst tidsintervall till exempel alla levande och döda hundar födda under en viss tidsrymd. Tänk dock på att om tidsintervallet sträcker sig långt tillbaka i tiden kan bortfallet bli stort bland de hundar som blev sjuka eller

dog vid unga år. Alltför kort tidsintervall kan medföra att underlaget blir litet, beroende på hur många valpar som föds inom rasen. Det är viktigt att informera de som svarar på enkäten om att de avlidna hundarna kan ge mycket värdefull information, både om hunden har avlidit vid unga år eller blivit gammal!

De allra flesta klubbar vänder sig till såväl aktiva uppfödare som ”vanliga hundägare”, däremot kan det tänkas att man missar dem som inte är medlemmar i rasklubben. För att hitta hundägare av en viss ras kan man kostnadsfritt ansöka om att få adresser ur SKK ägarregister, DjurID.se. Mer information finns på [www.djurID.se](http://www.djurID.se).

Att inkludera de som inte är anslutna till klubben i sin målgrupp kan vara ett bra sätt att attrahera nya medlemmar till klubben!

Det är ytterst sällan man kan göra en så kallad totalundersökning. Istället gör man ett urval av de personer, eller i detta fall hundar, ur hela populationen som ska ingå i undersökningen. Oavsett hur urvalet sker vill man att de individer (”stickprovet”) som inkluderas ska vara representativa för hela populationen. Att göra ett slumpmässigt urval innebär att varje individ i populationen har lika stor chans att bli utvald. Detta är dock inte helt lätt att åstadkomma i praktiken! Ett sätt kan vara att dra lott om vilka hundar som ska ingå efter att kriterierna, till exempel med avseende på åldersintervall eller födelseår, har satts upp.

För att uppnå en hög svarsfrekvens är det viktigt med en bred uppbackning i klubben så att enkäten känns som en angelägenhet för hela klubben. Informera och gör reklam i klubbtidningen och på klubbens webbplats.

### **Hur många enkäter ska man skicka ut?**

När man har beslutat sig för vilka som utgör målgruppen blir nästa naturliga frågeställning hur många enkäter man ska skicka ut. Detta beror bland annat på hur långtgående slutsatser man vill kunna dra av enkäten, och vilken svarsfrekvens man förväntar sig. Ha med i beräkningen att alla inte kommer att svara på enkäten. Även ekonomiska avvägningar spelar in.

En grundförutsättning för att en enkätundersökning ska kunna genomföras är att rasens numerär är tillräckligt stort för att enkäten ska gå att sammanställa på ett meningsfullt sätt. En tumregel är att ju större urval desto högre sannolikhet att urvalet är representativt för populationen som helhet. Det är dock svårt att ange någon exakt siffra för hur många enkäter som bör skickas ut, antalet måste anpassas efter syftet och efter de olika förhållanden som råder i klubbarna. Är till exempel syftet att fånga upp förekomsten av någon sällsynt

förekommande sjukdom måste givetvis ett större antal enkäter skickas ut jämfört om man frågar efter hur man aktiverar sin hund.

### **Vanlig enkät eller webbenkät**

Valet mellan en pappersenkät eller en webbenkät är i stor utsträckning en fråga om tycke och smak bland de som ska arbeta med enkäten och styrs även av klubbens ekonomi samt antalet enkäter som ska distribueras.

Att skicka ut en pappersenkät med posten medför kostnader för material och porto men kan upplevas som mer personligt av mottagaren än en webbenkät. En pappersenkät kan vara en fördel om antalet hundar som ska inkluderas är litet, men kräver i regel mer arbete vid sammanställningen av svaren än en välkonstruerad webbenkät. I en numerärt större hundras kanske en webbenkät är att föredra, dock kan även webbenkäter medföra höga kostnader om man väljer att använda ett kommersiellt program.

### **Enkätens utformning**

Kvaliteten på den information som erhålls genom en enkät beror i stor utsträckning av hur enkäten är utformad, ”som man frågar får man svar”. Nedan är några tips som kan vara bra att ha med sig vid utformningen av enkäten.

### **Anonymitet eller ej**

En grundläggande fråga är om man ska inkludera hundens identitet (registreringsnummer) eller om enkäten ska vara anonym<sup>1</sup>. I detta beslut bör syftet med enkäten vägas in. Om syftet är att få en generell bild av hälsoläget i rasen ger kanske en anonym enkät mer tillförlitliga svar. Önskar man däremot undersöka om ett specifikt hälsoproblem är vanligare i vissa linjer eller familjer i en ras är hundarnas identitet en nödvändighet. Det senare gäller även om man vill kunna göra en uppföljning av individuella hundar över tid. Att inkludera hundarnas identitet i enkäten ger också, till skillnad från en anonym enkät, en möjlighet att utvärdera hur representativt urvalet av de som svarat på enkäten är.

Det är viktigt att upplysa om att även om hundens identitet anges kommer inte svaren redovisas för individuella hundar! Frågan om anonymitet kan även lösas igenom kodning av enkäten vilket ger en anonymitet gentemot den som sammanställer svaren, men en möjlighet att identifiera hundarna om så skulle krävas.

### **Tumregler vid enkätutformningen**

Vid formuleringen av frågorna finns några tumregler att ta i beaktande:

Fotnot: 1) Anonym: härrör från person som inte uppgivit sitt namn. I detta fall menas anonym i avseendet att hundens registreringsnummer/identitet utelämnas i enkäten. Detta gör att enkätsvaren inte går att koppla till vilken hund de avser.

- Lägg upp enkäten så att frågorna har en logisk ordningsföljd.
- Inled gärna med frågor som är lätta att besvara.
- Numrera gärna frågorna och utnyttja layouten för gruppering av frågor som hör ihop.
- Försök att hitta tilltalande rubriker. Exempelvis skriv hellre ”Ögon” och ”Hud” som rubrik än ”Ögonproblem” och ”Hudproblem”.
- Använd vanligt språk och undvik svårbegripliga facktermer, men formulera frågan så att den inte kan misstolkas på grund av alltför grov förenkling.
- Undvik värdeladdade ord och långa formuleringar. Tänk på att ord såsom ”ofta”, ”sällan”, ”nästan aldrig” betyder olika för olika individer!
- Fråga om en sak i taget. Exempelvis dela upp frågan ”är din hund rädd för skott och fyrverkerier?” i två frågor.
- Använd gärna siffror när man är ute efter att rangordna hur ofta ett beteende eller aktivitet förekommer.
- Bygg gärna upp frågan med följdfrågor som underlättar för den som inte behärskar medicinska termer, om dessa termer måste användas. Exempelvis ”Har din hund allergi?” är inte samma fråga som ”Har din hund diagnostiserats med atopisk dermatit?”.
- Inkludera gärna fotnötter eller ordlista för att förtydliga medicinska eller andra facktermer i det fall dessa termer anses nödvändiga.
- Om frågorna avser sjukdomsdiagnoser är det viktigt att det framgår om diagnosen är fastställd av veterinär eller baseras på hundägarens egen bedömning.
- Glöm inte att lämna en öppning i enkäten för att fånga upp sådant vi inte vet på förhand. Ex. kan det finnas hälsoaspekter i rasen som inte täcks in under någon av de fördefinierade rubrikerna.

### **Svarsalternativ**

Var noga med att inte konstruera frågor som utesluter flera svarsalternativ om så behövs. Vid webbformulär är det extra viktigt att tänka igenom användningen av alternativknappar som utesluter ett annat svarsalternativ. För frågan ”Har du en ”Tik” eller ”Hane” är det bra om det ena svaret utesluter det andra. Det kan dock ställa till problem om frågan lyder ”Har din hund haft någon tumörsjukdom?” och endast ett svarsalternativ kan anges, eftersom hunden kan ha drabbats av olika tumörsjukdomar.

Fördefinierade svarsalternativ underlättar sammanställning och analys av enkätsvaren, men begränsar också vilken information man får.

Glöm inte alternativet ”vet ej” eller ”övrigt”. För vissa frågor kan det vara en fördel att även inkludera utrym-

me för fritext/kommentarer för att möjliggöra en mer nyanserad bild.

### **Testpanel**

Testa gärna enkäten på en mindre grupp innan den lanseras fullt ut. Det ger en möjlighet att fånga upp oklarheter eller missförstånd. Ofta får man många goda synpunkter på både den tekniska formen och frågornas utformning.

### **Utskick och påminnelse**

#### **Formulera ett följebrev**

Formulera ett trevligt och informativt följebrev som tydligt förklarar syftet med enkäten, vilka den vänder sig till samt hur svaren hanteras och redovisas. Följebrevet kan vara avgörande för om man vill svara på enkäten eller inte! Håll en positiv ton och betona den gemensamma nyttan för hundrasen. Det är viktigt att informera om att inga resultat för enskilda hundar eller uppfödare kommer att redovisas. Låt gärna följebrevet vara inbyggt i formuläret.

#### **Välj tidpunkt med omsorg**

Tidpunkten för utskicket kan ha stor betydelse för svarsfrekvensen. Undvik att skicka ut enkäten i samband med till exempel sommarsemestrar, julhelger eller i nära anslutning till en konflikt i klubben.

#### **Svarsbekräftelse**

Den som har fyllt i ett webbformulär ska givetvis få en bekräftelse att enkäten har nått sin mottagare!

#### **Påminnelse ger högre svarsfrekvens**

För en hög svarsfrekvens bör en påminnelse skickas ut till dem som inte besvarat enkäten efter en viss tid. En påminnelse via mail kan vara ett sätt att spara kostnader. Eventuellt kan man till och med dela ut några lotter eller ett pris bland de som har svarat.

### **Sammanställning och redovisning**

#### **Vem sammanställer enkätsvaren?**

Innan enkäten genomförs bör man ha klart för sig vem eller vilka som har tid och kompetens att ta emot och sammanställa enkätsvaren. Mottagaren av enkätsvaren bör vara en okontroversiell person, kanske till och med någon utanför den egna rasklubben. Organisera arbetet så att även den efterföljande styrelsen eller avelskommittén kan ta vid och fortsätta arbetet. En genomtänkt utformning av enkäten underlättar sammanställning och analys.

#### **Vilka analyser kan man göra?**

En enkätundersökning av det slag som är möjlig att genomföra inom en rasklubb ger sällan möjligheter

till långtgående statistiska analyser. Materialet är oftast för litet och den statistiska kompetensen i rasklubben begränsad. Det är därför inte rimligt att ställa krav på strikt statistisk signifikans på det sätt som kan göras i en vetenskaplig studie. Dessa begränsningar är viktiga att ha med sig i tolkningen av enkätsvaren. Redovisa gärna fakta och dra slutsatser, men överdriv inte betydelsen av enstaka svar!

Ta med i kostnadsalkylen ett eventuellt inköp av data-program för sammanställning och bearbetning av svaren. Numera finns det flera gratisprogram på internet som kan användas för datasammanställning och grafiska illustrationer. Resultaten blir oftast mer lätt åskådliga om de redovisas som kurvor och stapeldiagram jämfört med text och tabeller. Om medelvärden redovisas, ange gärna standardavvikelsen kring medelvärdet. Var försiktig med att uttrycka resultaten i procentandelar om antalet hundar är litet; skriv då hellre ut de faktiska siffrorna, till exempel 3 av 15 istället för 20 %.

### **Redovisning av resultaten**

Det är av största vikt att de som bidragit till enkäten får ta del av resultatsammanställningen inom rimlig tid. Resultaten kan till exempel redovisas i klubbtidningen och på webbplatsen. Genom redovisning på webben nås även hundägare och uppfödare som inte är medlemmar i rasklubben. Redovisning och diskussion av resultaten bör även inkluderas på uppfödar- och medlemsträffar samt på årsmötet. Tänk på att arkivera

enkätsvaren och att göra resultaten lättillgängliga även för efterträdarna!

### **Uppföljning och åtgärder**

Sammanställningen av enkätsvaren bör ligga till grund för en diskussion kring vilka slutsatser som kan dras av den nya information samt behovet av eventuella åtgärder. Exempel på frågeställningar är: hur överensstämmer resultaten i enkäten med våra förväntningar och med information från andra källor, till exempel försäkringsdata och SKK-data? Ger enkätsvaren ny kunskap som föranleder akuta åtgärder eller indikerar behov av mer fördjupade undersökningar?

Sammanställningen och slutsatserna av enkäten bör självfallet inkluderas i den rasset specifika avelsstrategin, AS. Kanske föranleder den nya kunskap som enkäten tillfört att de befintliga avelsstrategierna eller prioriteringarna i avelsarbetet bör ändras.

### **Litteraturtips**

För mer detaljerad information om enkätstudier hänvisas till nedanstående böcker:

- Enkäten i praktiken – En handbok i enkätmetodik av Göran Ejlertsson
- Enkätboken av Jan Trost