

Vilka effekter ger den nya lagen om skattereduktion för hushållsnära tjänster

Förord

Härmed vill jag tacka de personer som gjort mitt examensarbete möjligt. Ett speciellt tack till mina handledare Leif Holmberg och Nils-Gunnar Rudenstam för goda råd och vägledning. Ni gjorde det möjligt för mig att slutföra arbetet jag påbörjat.

Jag vill även rikta ett stort tack till min familj utan ert stöd hade detta inte varit möjligt. Tack, mina snälla rara barn som har haft en frånvarande mamma under lång tid. Nu har vi en skön sommar framför oss.

Ett stort tack till Håkan för reflektioner och korrekturläsning av arbete.

Kristianstad juni 2008

Jaana Sidling

Sammanfattning:

Titel: Vilka effekter ger den nya lagen om skattereduktion för hushållsnära tjänster

Kurs: FE6080

Författare: Jaana Sidling

Handledare: Leif Holmberg och Nils-Gunnar Rudenstam

Syfte: Syftet med min uppsats är att beskriva effekterna av att det införs en skattereduktion på hushållsnära tjänster.

Metod: I uppsatsen har det använts både teori och empiri för att försöka att beskriva en enskild händelse. Jag försöker att beskriva vad effekterna blir nationellt, om det är skillnader i olika regioner samt vilken målgrupp som berörs av skattereduktionen. För att kunna göra det på bästa sätt var det nödvändigt att använda sig av både kvantitativ och kvalitativ metod. Användningen av primärdata och sekundärdata har krävts för att kunna ge en heltäckande bild över effekterna av skattereduktionen. Det har även utförts fyra ostrukturerade intervjuer via telefon och e-mail med entreprenörer inom branschen hushållsnära tjänster.

Slutsats: Nationellt sett har effekterna av införandet av skattereduktion på hushållsnära tjänster varit positiv. Den hushållsnära branschen har en ökning av nystartade företag på 80 procent. Det är stora regionala skillnader i ökning av företag. Det är storstads regioner som ökar mest både som köpare av tjänsterna och av nystartade företag. Målgrupper som visar intresse av att köpa hushållsnära tjänster finns i nästan samtliga samhällsklasser men det är barnfamiljer, höginkomsttagare och högutbildade som är den största kundgruppen.

Nyckelord: Hushållsnära tjänster, Skattereduktion, Entreprenören

Abstract:

Title: Which effects will the new law on tax deduction on domestic services have

Class: FE6080

Author: Jaana Sidling

Supervisors: Leif Holmberg and Nils-Gunnar Rudenstam

Object: The object of my dissertation is, to describe the effects of the introduction of a tax deduction on domestic services.

Method: In this dissertation, both theory and empirism have been used in order to try to describe a single event. I am trying to describe what the national effects will be, if there are regional differences and which targetgroup is affected by the tax deduction. In order to do this in the best possible way, it was necessary to use both a quantitative and a qualitative method. The use of primary data and secondary data was necessary to give a complete view of the effects on the tax deduction. Four unstructured interviews were also made by telephone and e-mail, with contractors in the domestic service business.

Conclusion: The national effects on the introduction of a tax deduction on domestic services, have been positive. The domestic business have had an increase of 80 percent on new companies. There are major regional differences in the increase of companies. Mainly the big city regions show an increase, both as customers and newly started businesses. The target groups of the potential customers of domestic services, are in almost all social groups but the largest customergroups are families with children, high-income earners and people of higher education.

Keywords: Domestic services, Tax deduction, Contractor

Innehållsförteckning:

1. Inledning.....	7
1.1 Bakgrund.....	7
1.2 Problem.....	10
1.3 Syfte.....	12
1.4 Kapitelsammanfattning.....	12
1.5 Uppsatsens disputation.....	13
2. Metod.....	14
2.1 Undersökningsmetod.....	14
2.2 Insamlingsmetod.....	14
2.3 Operationalisering.....	15
2.4 Kapitelsammanfattning.....	17
3. Teori.....	18
3.1 Inledning.....	18
3.2 Skattesubventionen.....	19
3.3 Entreprenören.....	19
3.3.1 <i>Det startas nya företag</i>	21
3.3.2 <i>Etablerade företag växer</i>	22
3.4 Kapitelsammanfattning.....	22
4. Empiri och Analys.....	23
4.1 Inledning.....	23
4.2 Presentationer av intervjuer.....	24
4.2.1 <i>Nystartat företag i Kristianstad</i>	25
4.2.2 <i>Nystartat företag i Stockholm</i>	25
4.2.3 <i>Etablerat företag i Kristianstad</i>	26
4.2.4 <i>Etablerat företag i Stockholm</i>	26
4.3 Analys.....	27
4.3.1 <i>Analys av de nationella effekterna av skattereduktionen</i>	27
4.3.2 <i>Analys av effekterna regionalt av skattereduktionen</i>	29

4.3.3 Analys av vilka målgrupper som berörs av skattereduktionen	31
4.4 Kapitelsammanfattning	31
5. Sammanfattning och slutsatser	33
5.1 Sammanfattning	33
5.2 Slutsatser	33
5.2.1 <i>Slutsatser av nationella effekterna</i>	34
5.2.2 <i>Slutsatser av effekterna regionalt</i>	34
5.2.3 <i>Slutsatser av vilka målgrupper som berörs</i>	35
5.3 Fortsatt forskning	35
5.4 Kapitelsammanfattning	36
Bilagor	37
Litteraturlista	40

Kapitel 1: Inledning

I inledningen ges det en introduktion till den nya lagen om skattereduktion för hushållsnära tjänster. En förklaring av hur samhället och entreprenören förväntas reagera på en skattepåverkan. I detta fall en skattereduktion för kunden som köper hushållsnära tjänster. Det följs av problemdiskussion som leder fram till syftet. Kapitellet avslutas med en disposition av uppsatsen.

1.1 Bakgrund

Efter 12 år med socialdemokratisk regering skedde hösten 2006 ett regeringsskifte där den borgerliga alliansen bestående av moderaterna, folkpartiet, kristdemokraterna och centerpartiet tog över makten. I regeringsförklaringen (2006) uttalar sig den nytilträdde statsministern Fredrik Reinfeldt, om förslag till olika reformer som gynnar företagen. Exempelvis att arbetsgivaravgifterna slopas för delar av tjänstesektorn, en sänkning av skatten på hushållsnära tjänster, samt en halvering av arbetsgivaravgifterna för ungdomar.

Finansdepartementet (2007) föreslår bl.a. dessa reformer för att stimulera en arbetslöshetssänkning för ungdomar, utlandsfödda och personer med enbart grundskoleutbildning. Här riktar sig regeringen direkt mot dem som har det svårast på arbetsmarknaden. Förslaget om sänkt skatt på hushållsnära tjänster är tänkt att ge denna målgrupp ett sätt att komma in på arbetsmarknaden, utan höga krav på erfarenhet och utbildning. Ett annat viktigt mål med skattereduktion på hushållsnära tjänster är att omvandla svart arbete till vitt (Regeringsförklaringen 2006).

I EU:s sysselsättningsstrategi berörs hushållsnära tjänster på samma sätt som i Sverige. Öka sysselsättningen i de grupper där arbetslösheten är hög och därigenom bekämpa svartjobben. Tanken är också att det ska löna sig att arbeta, jämfört med bidrag. I EU består det statliga stödet av sänkta arbetsgivaravgifter, dels i indirekta stöd till hushållen genom möjligheter att göra skatteavdrag, eller i direkt subventionering av tjänsten (Svenskt Näringslivs rapport, 2005).

SCB genomförde under år 2000/2001 en stor tidsanvändningsundersökning (SCB, 2007). Där kom man fram till att varje vuxen svensk i genomsnitt lägger 23,1 timmar i veckan på hemarbete. I det ingår bl.a. matlagning, städning tvätt men även passning av barn. Enligt AM Pålsson och Erik Norrman (1994) är den tiden som vi använder i hemmet obetald och kommer då inte påverka BNP men den tiden vi anställer någon utomstående för att utföra samma jobb, kommer då att påverkar BNP på ett positivt sätt. BNP är den totala produktionen av varor och tjänster i ett land under en viss period. Där ingår inte hushållsarbete eftersom det är obetalt arbete i hemmet. Det är män och kvinnor som utför dessa tjänster till sig själva, till andra familjemedlemmar och till samhället (Douthitt, 1996). Dessa tjänster skulle man kunna köpa in, alltså låta någon annan göra hushållsarbetet mot betalning. Betalar man någon annan för att till exempel städa, passa/hämta barn och själv arbetar utanför hemmet påverkar man ekonomin positivt eftersom BNP ökar (ibid). Regeringen vill med sin nya skattepolitik inom hushållsnära tjänster öka antalet efterfrågade arbetstimmar genom att sänka skatten.

Freeman & Schettkat (2005) har i sin forskning gjort en jämförelse mellan obetalt hushållsarbete och marknadsarbete i Europa och USA. Där finns det en stor skillnad i fördelningen. I rapporten (ibid) kom man bland annat fram till att det är flest kvinnor som utför hushållsarbete i hemmet och därför skulle det göras lättare för kvinnorna att komma ut i marknadsarbete. Skattesubventionen har som förhoppning att göra det lättare för dessa grupper och därigenom öka antalet arbetstimmar i landet.

En stor del av allt arbete i Sverige utförs utanför marknaden. Studien (SOU 1997:17) visar att det obetalda egenarbetet är mer omfattande än det beskattade arbetet på marknaden. Studien hävdar också att den privata tjänstesektorn i Sverige är betydligt mindre än i andra länder. När det gäller skatter höjs priset på både varor och tjänster. För varor förändras inköpsbeteendet om varan har ett högt pris. Då väljer konsumenten antingen en lägre kvalitet eller att inte handla alls. I samband med tjänster är konsumentbeteendet inte det samma. Här kan höga priser istället leda till att man utför tjänsten själv (Jacobsen m.fl, 2000).

En av Reinfeldts reformer utmynnade i att en ny lag trädde i kraft den 1 juli 2007, lag (2007:346) om skattereduktion för utgifter för hushållsarbete. Lagen innebär en skattereduktion för hushållsnära tjänster, där 50 % av arbetskostnaden får dras av i köparens deklaration till ett maxbelopp om 50 000 kr per person och år. Tjänstesäljaren ska vara innehavare av en F-skattesedel.

Skattelättnader för hushållsnära tjänster

För att bland annat skapa nya jobb inom hushållssektorn och omvandla svart arbete till vitt sänks skatten för den som köper hushållstjänster, som till exempel hushållsarbete, omsorg och barnpassning. Skattelättnaden fås genom att den slutliga skatten sänks med ett belopp motsvarande hälften av arbetskostnaden. Den sammanlagda skattelättnaden uppgår till högst 50 000 kronor per person och år. Den som inte vill vänta med att få skattelättnaden tills den slutliga skatten fastställs kan ansöka om jämkning av sin preliminära skatt och därmed få en skattelättnad redan det år tjänsterna köps. De nya reglerna träder i kraft den 1 juli 2007 (prop). (2006/07:94). (www.regeringen.se/content/1/c6/08/47/00/476848b.pdf)

När det gäller hushållsnära tjänster, valde regeringen att påverka efterfrågan med en skattereduktion för dem som köper tjänsterna. Det kan med en ekonomisk term kallas incitamentsstruktur (Eklund, 2002) i betydelsen av att regeringen ger en morot till att öka sysselsättningen för dem som har det trögast på arbetsmarknaden. När efterfrågan hos konsumenterna ökar på grund av att tjänsterna har blivit billigare, öppnar sig en marknad för de entreprenörer som vågar ta risken att starta nya företag.

Det har i flera rapporter och undersökningar framkommit att Sverige inte har de bästa förutsättningar att starta företag. I GEM ”The Global Entrepreneurship Monitor” arbetar man för att ge dem som arbetar med att främja entreprenörer,

bättre kunskap om hur entreprenöriella aktiviteter kan stimuleras (Entreprenörskap i Sverige, 2000). I rapporten menar de att Sverige behöver mer politiska åtgärder som ska vara inriktade på att utveckla de entreprenöriella aktiviteterna. Politiker som vill nå ekonomisk utveckling av entreprenöriell aktivitet bör se till att alla ekonomiska aspekter uppmuntrar till att starta och driva företag (ibid).

Det är oerhört viktigt att särskilja på entreprenören och företagsledaren. Baumol (1968) anser att det är nödvändigt att särskilja på dessa två begrepp eftersom betydelseerna skiljer sig helt och hållet åt. Företagsledarens arbetsuppgifter är att ha totalansvaret över verksamheten och att övervaka den fortlöpande processen. Entreprenören har en annan funktion såsom att lokalisera nya idéer och verkställa dem. Han ska leda och kanske till och med inspirera sina medarbetare till att inte hamna i för mycket rutin. För entreprenören är dagens övningar inte tillräckliga för morgondagen. Dessa två begrepp kan enligt Baumol (ibid) naturligtvis sammanfalla och utföras av en och samma person men är fortfarande i grund och botten två olika begrepp.

Landström (2005) menar att det dessutom är viktigt att tydligt göra skillnad på entreprenörskap och små företag. Landström menar att små företag menas driften av befintlig verksamhet som drivs i småskalig form medan det med entreprenörskap menas upptäckt, organisering och exploatering av både affärsverksamhet och verksamhet med innovativa inslag.

1.2 Problem

Ordet entreprenör härstammar från franskans *entreprendre* där betydelsen är att använda eller skapa ”mellanrum” som man kan använda sig av för att skapa möjligheter. Henrekson och Stenkula (2007) anser att entreprenören är den som driver tillväxten genom att kombinera sina egna kunskaper och genom att söka efter ekonomiska möjligheter på marknaden. Schumpeter (1942) anser att möjligheterna inte existerar oberoende av individen utan man skapar möjligheter genom att använda sin kreativa förmåga och kompetens.

Henrekson (2007) saknar incitament av regeringen till att främja entreprenörskapet. Han menar att det finns internationell forskning om entreprenörskap som skapar tillväxt och jobb, det är bara att den ska ha samma dignitet som annan forskning. Antalet företagare i Sverige har inte ökat och företag som växer under lång tid är få (Henrekson, DN 070927). De företag som dominerar vad det gäller sysselsättning och omsättning har med några få undantag etablerats före 1970. Det är troligen vår samhällsmodell som främjar detta. Höga skatter, stor offentlig sektor och starka fackföreningar som ser till de existerande jobben istället för att förbättra villkoren för att nya jobb ska växa fram (ibid). Med den nya lagen vill regeringen istället frambringa nya jobb (Finansdepartementet). De visar tydligt med subventionen för den som köper hushållsnära tjänster att det är denna bransch som det finns möjlighet att utveckla.

Subventionerade branscher ger hög grad av instabilitet eftersom de görs beroende av politiska beslut som snabbt kan omkullkastas eller modifieras (Porter, 1989). Är man i branschen kan risken med att förlora kunder vara mindre eftersom man redan har etablerade kundkontakter. Har man ett nytt företag är det större risker med etableringen eftersom marknaden är i förändring av en utomstående faktor (ibid). Rogerson (2005) visar i sin studie att Europas tjänstesektor är betydligt mindre än den i USA, en av orsakerna till det anser han är olikheter i skatterna. Han menar att när de Europiska länderna höjer skatterna på tjänster så uppmuntrar de bara människorna till att hitta andra lösningar utanför marknaden. I det här fallet har regeringen valt att sänka skatten på några specifika tjänster till hushållen

I DN artikeln (070927) kritiserar Henrekson regeringen för att man anställer många disputerade nationalekonomer som har traditionell och enligt Henrekson delvis en förlegad syn på ekonomin. Fast att det finns nationalekonomisk forskning som beskriver sambanden mellan entreprenörskap, tillväxt och jobbskapande används dessa inte i deras utbildning. I den traditionella synen spelar inte entreprenörskap eller företagande någon avgörande roll för att främja tillväxt och nya jobb. Nationalekonomerna utgår ifrån att utbud skapar sin egen

efterfrågan. I dag arbetar man på att åtgärder som ökar utbudet av arbetskraft. I stället bör man fokusera sig på förändringar som att öka utbudet av arbetsgivare alltså stärka entreprenörskap och företagandet.

Vem är då entreprenören som antar utmaningen att starta ett nytt företag? Endres och Woods (2006) anser att alla entreprenörer är lika på det sättet att de är snabba på att hitta och utnyttja möjligheten till vinster. Men sedan anser Endres och Woods att ekonomernas syn på entreprenören delar sig i tre olika inriktningar.

1.3 Syfte

Syftet med uppsatsen är att beskriva effekterna av att det införs en skattereduktion på hushållsnära tjänster.

1.4 Kapitelsammanfattning

Regeringen inför en ny lag om skattereduktion för utgifter för hushållsarbete för att gynna företagen och att öka sysselsättningen. Förslaget är tänkt att gynna den målgrupp som har det svårt att komma in på arbetsmarknaden. Eftersom branschen för hushållstjänster inte behöver ha höga krav på erfarenhet och utbildning, gynnas denna med en subvention för den som köper tjänsten. Entreprenören agerar när denne ser en möjlighet på marknaden till vinstmöjligheter, i detta fall en skattesubvention för köparna av hushållstjänster. När efterfrågan hos konsumenterna ökar, öppnar sig en marknad för entreprenören. Antingen för entreprenören i det befintliga företaget eller i det nystartade företaget. Entreprenören är den som driver tillväxten genom att kombinera sina egna kunskaper och genom att söka efter ekonomiska möjligheter på marknaden. Syftet med uppsatsen är att beskriva effekterna av att det införs en skattereduktion på hushållsnära tjänster.

1.5 Uppsatsens disposition

Kapitel 2: Metod

Kapitlet inleds med att förklara de grundläggande utgångsteorierna i arbete. Uppsatsen har ett explorativt syfte eftersom jag vill skapa en övergripande bild av denna enskilda händelse. För att beskriva effekterna av skattereduktionen som infördes på hushållsnära tjänster kommer jag att använda mig av både kvantitativ och kvalitativ metod. Användningen av primärdata och sekundärdata har krävts för att kunna ge en heltäckande bild över effekterna av skattereduktionen. Kapitlet avslutas med operationalisering.

Kapitel 3: Teori

Kapitlet inleds med att förklara de grundläggande utgångsteorierna i arbete. Därefter följs en förklaring av skattesubventionen och entreprenören. Dessa är faktorer som påverkar marknaden i olika inriktningar, det startas nya företag eller etablerade företag växer.

Kapitel 4: Empiri och analys

I kapitlet kommer mina intervjuer att presenteras. Därefter kommer jag genom min teori och empiri försöka att beskriva effekterna av att det införs en skattereduktion. Kapitlet avslutas med analys av teori och empiri och det följs av en kapitelsammanfattning.

Kapitel 5: Sammanfattning och slutsatser

I sista kapitlet sammanfattas uppsatsen och jag ska lämna mina slutsatser på effekterna av införandet av skattereduktion på hushållsnära tjänster. Därefter förslag på fortsatt forskning och kapitlet avslutas med en kapitelsammanfattning.

Kapitel 2: Metod

Uppsatsen har ett explorativt syfte eftersom jag vill skapa en övergripande bild av denna enskilda händelse. För att beskriva effekterna av skattereduktionen som infördes på hushållsnära tjänster kommer jag att använda mig av både kvantitativ och kvalitativ metod. Användningen av primärdata och sekundärdata har krävts för att kunna ge en heltäckande bild över effekterna av skattereduktionen. Kapitellet avslutas med operationalisering.

2.1 Undersökningsmetod

Utgångspunkten i uppsatsen är problemformuleringen och syfte där jag ska försöka beskriva effekterna av att det införs en skattereduktion på hushållsnära tjänster. I detta fall har en skattesubvention för den som köper hushållstjänster införts för att stimulera marknaden, framför allt företagen och arbetslösheten.

Det finns två olika data insamlingsmetoder, kvantitativ och kvalitativ. Jag kommer att använda mig av båda metoderna för att på bästa sätt kunna beskriva effekterna vid införandet av skattereduktionen. Kvantitativ metod används för att kunna fastställa, upptäcka eller mäta samband (Christensen et al, 2001). Metoden kommer att användas för att visa om det skett någon ökning av nystartade företag inom hushållsnära branschen. För att kunna beskriva effekterna av en viss händelse används även den kvalitativa metoden. I denna metod kan intervjun vara upplagd på ett flertal olika sätt som till exempel, strukturerad eller en ostrukturerad intervju även kallad djupintervju (ibid). Ostrukturerade intervjuer kommer att genomföras med företag inom den hushållsnära branschen, för att kunna framställa hur det ser ut i verkligheten. Företagen kommer att representera nystartade och etablerade inom den hushållsnära branschen.

2.2 Datainsamlingsmetod

För att kunna ge en mer heltäckande bild av vad effekterna väntas bli kommer olika insamlingsmetoder att användas. Sekundärdata information som inte jag samlat in utan information som är hämtat direkt från källan (Jacobsen, 2002).

Det gäller att vara kritisk vid urvalet av källan till dessa data. Insamlingsmetoden påverkar datas giltighet. För att vara säker på att undersökningen har validitet, är det viktigt att mäta det som man tänkt att mäta (Saunders et al, 2007). Det är även viktigt att undersökningen ska kunna utföras av någon annan och generera samma resultat. För att lyckas med det gäller det att man hämtar information från säkra källor (ibid). Det som är viktigt att tänka på när man använder sig av sekundärdata är, att undersökningarna kan vara gjorda för andra syften än det jag undersöker. Företagsregistret kan lämna information om hur många nya företag som startats och hur många av dem som startar inom den hushållsnärabranchen.

Primärdata alltså information som jag samlat in kommer att användas. Det finns flera olika sätt att samla in primärdata på men jag har valt att utföra intervjuer, eftersom jag vill undersöka hur entreprenörerna själva upplever skattereduktionens effekter. Intervjuer kan utföras på olika sätt, personliga eller telefonintervjuer. Då personliga intervjuer anses mycket kostnadskrävande och framförallt tidskrävande, utförs mina intervjuer per telefon (Christensen et al., 2001). För att respondenten ska känna sig fri att tala och att det inte skall uppkomma någon intervjuareffekt passar det att utföra ostrukturerade intervjuer. Intervjuareffekt är när exempelvis intervjuaren påverkar respondenten att svara på ett visst sätt (ibid). Även annan information kommer att användas i undersökningen, artiklar och information från tex skatteverket och svenskt näringsliv.

2.3 Operationalisering

Operationalisering betyder enligt Saunders et al (2007) att man gör teorin mätbar och att den ska kunna uttryckas i ord och analyseras empiriskt.

När material söktes till undersökningen uppkom det ett problem. När nya företag registreras i Företagsregistret sorteras de in under olika bransch-koder. Bransch-koden hushållsnära tjänster innefattar tre olika områden som; service växtodling, lokalvård och övriga serviceverksamheter. I dessa områden finner man företag vars tjänster som inte ingår i begreppet hushållsnära tjänster och

alltså inte är subventionerade. Fast i alla tre områdena ingår det företag där kunderna kan använda sig av skattesubventionen. Därför kan jag inte utesluta någon av de tre områden och jag tar med hela branschkode för hushållsnära tjänster i undersökningen.

För att undersöka om antalet företag har ökat totalt sett, kommer användningen av information från Företagsregistret att användas. De lämnar information om hur många företag som startas totalt i landet och hur många av dem som är inom den hushållsnära branschen. Det kvantitativa materialet kommer att behandlas i SPSS. För att få översikt av mina data kommer jag att använda mig av en frekvenstabell (bilaga 1), där jag kan se hur ofta vissa värden förekommer (Stukát, 1993). Här kan man exempelvis få reda på hur många kommuner som det *inte* startats några företag inom den hushållsbranschen. Tidsperioden för uppsatsen är före och efter genomförandet av lagen, 1 januari till 31 oktober, 2007. För att kunna jämföra och se om det skett någon ökning av startade företag kommer jag att jämföra med samma tidpunkt året innan. Anledningen till att jämföra med året innan istället för att mäta några månader före och efter lag genomförandet, är att debatten om skattesubventionen pågått under en lång period och blivit väldigt omdebatterad. Därför jag tror att det startas företag innan lagen genomförs för att tidigt vara med och konkurrera om kunderna. Denna sökning kommer att vara rikstäckande för att ge ett så rättvist resultat som möjligt eftersom det kan vara skillnader i olika regioner.

Dessutom kommer ett korrelationstest att genomföras för att se om det finns samband mellan skattekraft och antal nystartade hushållsnära företag i kommunerna. Om det saknas samband blir korrelationen 0 finns det positivt samband blir det +1 och för negativt samband -1 (Djurfeldt et al, 2003). För att kontrollera korrelationen, visas det också ett spridningsdiagram för att se om regressionslinjen visa samma samband som korrelationen.

För att undersöka om det startats fler företag i kommuner med hög skattekraft kommer jag samla in information om landets 290 kommuner. Företagsregistret lämnar uppgifter om totalt antal nystartade företag och hur många av dem som är inom den hushållsnära branschen. Skattekraften för varje kommun hämtas på

Sveriges Kommuner och Landstings hemsida för att se om inkomsten påverkar efterfrågan. Tidsperioden kommer att vara samma som ovan. Även här görs en jämförelse med året innan för att kunna mäta om det skett någon förändring av antal startade företag i kommunerna.

2.4 Kapitelsammanfattning

Utgångspunkten i uppsatsen är problemformuleringen och syfte där jag ska försöka beskriva effekterna av att det införs en skattereduktion på hushållsnära tjänster. Det finns två olika data insamlingsmetoder, kvantitativ och kvalitativ. Jag har använt mig av båda metoderna för att på bästa sätt kunna beskriva effekterna vid införandet av skattereduktionen. Jag har genomfört ostrukturerade intervjuer med företag inom den hushållsnära branschen, för att framställa hur det ser ut i verkligheten. Företagen kommer att representera nystartade och etablerade inom den hushållsnära branschen. För att kunna ge en mer heltäckande bild av vad effekterna väntas bli kommer olika insamlingsmetoder att användas. Både sekundärdata och primärdata kommer att användas i uppsatsen.

Kapitel 3: Teori

Kapitlet inleds med att förklara de grundläggande utgångsteorierna i arbete. Därefter följs en förklaring av skattesubventionen och entreprenören. Dessa är faktorer som påverkar marknaden i olika inriktningar, det startas nya företag eller etablerade företag växer.

3.1 Inledning

I arbetet kommer jämviktsteorin med utbud och efterfrågemodellen vara en grundläggande utgångspunkt. I denna modell studerar man hur utbud och efterfrågan samspelar på marknaden med hjälp av prismekanismen. Förändringar på marknaden ger upphov till följdverkningar genom hela ekonomin. Det är genom störningar eller förändringar som marknaden med prismekanismens hjälp söker nytt jämviktsläge. Störningar eller förändringar kan vara priser, ny teknik eller nya modeflugor (Eklund, 2002). Skattesubventionen är tänkt som en signal att vi ska börja köpa eller köpa mer av dessa tjänster, vilket i sin tur leder till att efterfrågan kommer att öka (Perloff 2004). Detta utrymme som bildas när efterfrågan ökar kan fyllas av etablerade verksamheter eller av att det startas nya företag.

Teori som jag också kommer att använda mig av i uppsatsen är beskattningsteorier. I beskattningsteorin finns det flera teoretiska modeller för hur skattesystemet bör vara utformat utifrån olika avvägningar mellan effektivitet i produktion och fördelning av konsumtionsmöjligheter mellan medborgarna. Utifrån ett renodlat effektivitetsperspektiv menar optimal beskattningsteori att skattesatser på olika varor och tjänster ska sättas så att beskattningens snedvridande effekter blir så små som möjligt. Med detta menas att skattesystemet ska påverka hushållens och företagens val i så liten utsträckning som möjligt. Även likformighetsprincipen innebär att likartade fall ska beskattas på likartat sätt. När det gäller beskattning på hushållsnära tjänster är inte likformighetsprincipen självklar eftersom det inte går att beskatta arbete som utförs i hemmet. Därför kan det finnas av effektivitetsskäl en anledning att införa en skattelättnad för dessa tjänster.

3.2 Skattesubventionen

Avsikten med förslaget om sänkt skatt på hushållsnära tjänster är att öka sysselsättningen. Jacobsen m.fl. (2000) anser att skatten påverkar varor och tjänster på olika sätt. När det gäller tjänster kan höga skatter leda till en ökad egenproduktion, där mycket av arbetet hamnar utanför marknadssektorn. I stället för att köpa en vara med lite lägre kvalité, väljer konsumenterna när det gäller tjänster att utföra tjänsten själv eller att köpa den på den svarta marknaden. Sandmo (1990) lyfter fram att höga skatter på hushållsnära tjänster ger en ineffektiv marknad, vilket leder att tjänster i den betalda sektorn knuffas ut till den obetalda sektorn. Strand (2005) menar att i Norden har vi haft höga skatter på dessa tjänster, vilket också visas genom att eget hushållsarbete har varit stort. En minskad beskattning av hushållsnära tjänster kan ge entreprenören ett utrymme att expandera på en ny marknad, vilket även kan leda till att konsumenterna kan få mer fritid.

Holcomb (2003) anser att det uppstår skillnader när marknadsutbyte baseras på frivillig överenskommelse eller politiska beslut. Här menar också Porter (1989) att subventionerade branscher ger hög grad av instabilitet eftersom den görs beroende av politiska beslut som snabbt kan omkullkastas eller modifieras. Politiskt entreprenörskap är när individen observerar och reagerar på politiska lönsamma möjligheter som visas på marknaden. Henrekson och Stenkula (2007) menar att man genom subventioner hjälper fram nya företag men det är ett sätt att snedvrیدا marknaden. Etablerade företag kan slå ut pga. nya företag till följd av subventionen, därför måste eventuella stöd var tillfälliga så att marknaden inte snedvrیدs (ibid). Pålsson och Norrman (1994) menar att i detta fall när hushållen tillåts göra skattemässigt avdrag är det för att rätta till den snedvrیدning som skapats av marknaden när arbete på marknaden beskattas och arbete i hemmet är obeskattat.

3.3 Entreprenören

Enligt Holcomb (2003) agerar entreprenören när denne uppmärksammar en handling som kan ge vinstmöjligheter. Entreprenören ser denna möjlighet, för att den visar sig själv på marknaden. Här visar regeringen att de vill gynna

tjänstebranschen och det är klart och tydligt att det är deras mål med den nya lagen. Entreprenören har enligt Baumol (1968) en annan funktion såsom att lokalisera nya idéer och verkställa dem. Han ska leda och kanske till och med inspirera sina medarbetare till att inte hamna i för mycket rutin. För entreprenören är dagens övningar inte tillräckliga för morgondagen.

Landström (2005) menar att det dessutom är viktigt att tydligt göra skillnad på entreprenörskap och små företag. Han förklarar att små företag, avser driften av befintlig verksamhet som drivs i småskalig form och med entreprenörskap menas upptäckt, organisering och exploatering av både affärsverksamhet och verksamhet med innovativa inslag. Henrekson och Stenkula (2007) anser att entreprenören är den som driver tillväxten genom att kombinera sina egna kunskaper och att söka efter ekonomiska möjligheter på marknaden.

En entreprenör uppmärksammar enligt Holcomb (2003) när möjligheter skapas, ekonomin växer eller när konsumtions- eller produktionsbeteende förändras. Förändring i konsumenternas preferenser ger till exempel upphov till nya möjligheter för entreprenören att starta företag. Här väntas det en förändring i konsumtionsbehovet från konsumenterna, de ska börja köpa eller köpa fler hushållsnära tjänster.

Porter (1989) anser att det är riskfyllt att starta företag i ett tidigt skede i en bransch som är i förändring. Den risk han syftar på, är att kostnaderna kan bli stora för att få konsumenterna att förändra sitt inköpsbeteende, vilket dessutom tar lång tid. Det är också riskfyllt menar Porter, på grund av att branschen har påverkats av en utomstående faktor, som i det här fallet regeringens skattereduktion på hushållsnära tjänster.

Henrekson och Stenkula (2007) diskuterar om att begreppet entreprenörskap inte har en klar definition och att det inte betyder samma sak för alla. Det är därför man finner en hel del olika inriktningar inom den forskning som gjorts inom området. En avgränsning har gjorts i arbetet. Jag kommer inte att titta på entreprenören som individ och vad han står för, utan istället fokusera på själva processen, när och varför denne tar sitt beslut att starta företag.

3.3.1 Det startas nya företag

Porter (1989) forskar om konkurrensstrategier hur man överlever, konkurrerar och vinner som företag. Han diskuterar konkurrensen när det gäller nyetablering av företag i olika branscher och identifierar bland annat branscher som är lämpliga för nyetablering. Branscher som är i obalans är en av dem, antingen nya eller snabbt växande. Den hushållsnära tjänstebranschen anses av Perloff (2003) vara i obalans, eftersom regeringen har infört en subvention för köparen av tjänsterna och marknaden kommer att efterfråga mer av dessa tjänster.

Tidig etablering kan också vara riskfylld, menar Porter (1989), därför att kostnaderna för att lära upp kunderna kan bli stora. Företagen måste få konsumenten att köpa den hushållsnära tjänsten istället för någonting annat som de tidigare har konsumerat. De nyetablerade företagen måste gå ut med information om den nya tjänsten och övertyga hushållen om tjänstens egenskaper och att tjänsten kan fylla konsumentens behov inom området hushållsnära tjänster.

Nystartade företag har enligt Porter (1989) en önskan om att vinna marknadsandelar från de etablerade. De nystartade företagen sänker priserna för att man ska välja dem istället för existerande företag. För att de existerande företagen ska hänga med måste de göra insatser av något slag, till exempel reklam, vilket leder till högre kostnader och att vinsten minskas. Hotet om nyetablering i en bransch, beror på hur stora hindren för nyetablering är, i förening med reaktionen från konkurrenterna som nyetableraren kan förvänta sig. Enligt Porter (1989) är skatter ett av etableringshindren som gör det svårt för nyföretagande. Ju högre skatten är, desto högre etableringshinder. När skatten subventioneras blir inte etableringshindren så höga och därför kommer inte svarsåtgärderna att vara kraftiga av konkurrenterna. Om man snedvrider marknaden för att i detta fall öka sysselsättningen finns det risk för problem med överkapacitet, när utbudet överstiger efterfrågan (ibid).

Cohen och Klepper (1992) lyfter fram betydelsen av ekonomisk tillväxt och betonar hur viktigt det är med tillväxt av nya företag. De ser varje nytt företag

som unikt och därmed aldrig exakt likadant som andra redan etablerade företag. Det leder till att fler företag bidrar till utbudsvariation och genererar fler problemlösningsmetoder. Detta ökar också möjligheten att skapa nya exploaterbara möjligheter och skapa ökade möjligheter för nya företag att specialisera sig och hitta sin egen nisch.

3.3.2 Etablerade företag

De etablerade företagen har försprång gentemot övriga konkurrenter. Både Porter (1989) och Casson (1982) menar att de etablerade företagen har skapat långvariga relationer med sina kunder och dessutom etablerat ett bra rykte på marknaden. Tjänster inom den hushållsnära branschen är personliga, i och med att den som köper tjänsten släpper in en utomstående person i sitt hem.

Även om det inte startas fler företag behöver det inte betyda att det är liten rörlighet på marknaden i form av inträde eller utträde av företag. Det behöver naturligtvis inte betyda att det finns stora etableringshinder på marknaden utan det kan vara att de redan etablerade företagen är så effektiva att inga nya företag har möjlighet att träda in och konkurrera. Eftersom hushållstjänsterna som erbjuds är relativt likartade är förutsättningar att erbjuda nischade produkter mindre. Även om rörligheten skulle vara stor betyder det inte att konkurrenstrycket är stort. Nya företag som träder in på marknaden har inte alltid tillräcklig kapacitet för att konkurrera fullt ut med redan etablerade företag.

3.4 Kapitelsammanfattning

Jämviktsteorin med utbud och efterfrågemodellen är den grundläggande utgångspunkten i arbetet. I modell studerar man hur utbud och efterfrågan samspelar på marknaden med hjälp av prismekanismen. Skattesubventionen är tänkt som en signal att vi ska börja köpa eller köpa mer av dessa tjänster, vilket leder till att efterfrågan kommer att öka. Optimal beskattningsteori som utifrån ifrån att skattesatser på olika varor och tjänster ska sättas så att beskattningens snedvridande effekter blir så små som möjligt. Även likformighetsprincipen innebär att likartade fall ska beskattas på likartat sätt. När det gäller beskattning

på hushållsnära tjänster är inte likformighetsprincipen självklar eftersom det inte går att beskatta arbete som utförs i hemmet. Eftersom tjänsten blir billigare att köpa förväntas efterfrågan öka inom branschen hushållsnära tjänster. Skatten påverkar varor och tjänster på olika sätt.

Kapitel 4: Empiri och analys

I kapitlet kommer mina intervjuer att presenteras. Därefter kommer jag genom min teori och empiri försöka att beskriva effekterna av att det införs en skattereduktion. Kapitlet avslutas med analys av teori och empiri och det följs av en kapitelsammanfattning.

4.1 Inledning

Hushållsnära tjänster, som tidigare riktat sig mot höginkomsttagare och företag, har sedan 1 juli, 2007 kunnat ta del av en helt ny marknad i och med skattesubventionen. Sifos undersökning från mars (2007) visade att efterfrågan kommer att öka mer i storstäderna än vad det kommer att göra i mindre städer och tätorter. Även enligt DN (070807) i en intervju med Pia Blank Törnros på skattemyndigheten är det storstäderna som efterfrågar hushållsnära tjänster först och att marknaden kommer att vara störst där. Det bor fler människor i storstadsregionerna vilket borde visa att företagandet ökar mer där än i mindre städer och orter. Enligt ett pressmeddelande från skatteverket (2008-02-14) är det storstadsregionerna som toppar listan över hushållsnära tjänster. Det är huvuddelen av ansökningarna från Stockholm, Göteborg, Uppsala och Malmö. Det har kommit in ansökningar från andra ställen men det är storstadsregionerna som dominerar. Det är fortfarande tid kvar när detta skrevs att lämna in sin ansökan, sista dag är den 5 maj.

Demoskop har utfört en undersökning åt Almega för att undersöka attityder och fakta kring hushållsnära tjänster (Maj, 2008). Almega är en bransch organisation för hushållsnära tjänster. När det gäller regionala skillnader visar även den på att det fortfarande är stora regionala skillnader när det handlar om storstad och mindre städer. Köparna av tjänsterna är i första hand barnfamiljer boende i storstäder, även om köpare finns i alla samhällsgrupper.

4.2 Presentation av intervjuer

Inför genomförandet av intervjuerna beslöt jag att ta kontakt med fyra företag. De företag som rings upp ska representera nystartad och etablerade företag i den hushållsnära branschen. För att kunna göra en jämförelse mellan olika regioner

kontakts företag från Stockholm och Kristianstad. Här vill jag se om effekterna av skattereduktionen är olika. Är det skillnader av efterfrågan på dessa tjänster i olika regioner av landet? Nedan presenteras företagen var för sig.

4.2.1 Nystartat företag i Kristianstad

Entreprenören som är en kvinna och ensamföretagare vars företag är befintligt i Kristianstad. Hennes bakgrund fanns i branschen sedan många år och hamnade i den situationen att arbetsgivaren inte kunde erbjuda något arbete till henne på den dåvarande arbetsplatsen. Eftersom hon har arbetat inom denna bransch under lång tid, var valet inte så svårt att starta eget. Fast under samtalets gång kommer det fram att skattesubventionen också påverkade hennes val, dvs. hon såg en möjlighet. Nischa sig var nog något man skulle göra men hon tyckte att det var svårt, man tar de jobb som erbjuds och jobben är ganska likartade varandra. Hon upplever att kunderna tycker det är krångligt med subventionen, de får ligga ute med pengarna och då känns det fortfarande som en dyr tjänst. Men trots detta upplever hon att det har skett en ökning och att hon kunde ha tagit in mer jobb om bara tiden räckte till. Utöka sin verksamhet med anställda var inte omöjligt, men något för framtiden. När det gäller anställda är hon orolig över *säkerheten* eftersom man är i någons hem. Med säkerheten syftar jag på att de anställda har hand om klienters nycklar, detta är ett stort ansvar. Det är också viktigt att den anställda gör jobbet som hon vill ha det gjort.

4.2.2 Nystartat företag i Stockholm

Kvinnan startade sitt företag kring årsskiftet 2007/2008 och är ensamföretagare. Hon har en bakgrund som förskolelärare sedan 35 år och tappade tron på den organisationen och dess syfte. På arbetet märkte hon att småbarnsföräldrar behöver slå knut på sig själva för att orka med sin stressiga tillvaro. Hon hade även hjälpt till innan med liknande tjänster, för andra människor som behövde extra stöd. Därför låg det nära till hands att starta inom hushållsnära tjänster. Hon såg också sin chans och möjlighet att starta eget företag nu när hushållstjänsterna blir billigare och efterfrågan kommer att öka. Det kommer in jobb efterhand men hon skulle vilja ha mer. De stora företagen inom branschen tar fortfarande mesta delen av jobben. Man får vänta in kunder som blivit

missnöjda på något sätt med de stora företagen. Reklam för sitt företag gör hon mest med lappar på stan och genom ryktesspridning. Hon tycker det är för kostsamt för företaget med annan annonsering.

4.2.3 Etablerat företag i Kristianstad

Företaget ligger i Kristianstad och har funnits sedan 1997. Företaget har 16 anställda och det har inte anställts någon efter genomförandet av skattesubventionen. Ägaren trodde att efterfrågan skulle vara högre efter skatteingreppet på hushållsnära tjänster, det är endast flyttstädningen som har ökat något. Det upplevs från företaget att det är många som fortfarande inte vet att man kan göra avdrag med halva kostnader för dessa tjänster i sin deklaration och att det fortfarande är höginkomsttagarna som använder sig av dessa tjänster. Ägaren tycker att istället före skattereduktionen är det mer förnuftigt att sänka arbetsgivaravgifterna för ungdomar upp till 26 år för att få in den gruppen i sysselsättningen. Det nya förslaget att företagen ska kunna använda sig av subventionen för sina anställda har inte slagit ut ännu men det är något som kan falla bra ut. Kvinnan jag pratade med hade varit i kontakt med flera andra städföretag i Stockholm och upplevde att efterfrågan var mycket större där. Hon såg hushållsnära tjänster som ett storstadsfenomen och att hennes kunder fortfarande mest var höginkomsttagare. Säkerheten ser hon som en riskfaktor eftersom man är i privata hem och som arbetsgivare ansvarar man också för sina anställda i den frågan. Företaget hoppas på ett annat förslag som genomfördes 1 januari, 2008 där företag kan ansöka om skattereduktion för hushållsnära tjänster som de erbjuder sina medarbetare som löneförmån. Detta hoppas företaget mycket på. Men det har ännu inte haft någon genomslagskraft.

4.2.4 Etablerat företag i Stockholm

Jag kontaktade Sveriges första leverantör av hushållsnära tjänster i Stockholm, företagets startades 1996. Där fick jag tala med företagets economichef. Hon hade inte möjlighet att tala med mig per telefon om hur skattesubventionen påverkat dem. Hon ville att jag skulle skicka frågorna via e-mail. Min tanke med intervjuerna var att kunna tala med personen fritt och öppet om hur de upplever effekterna kring skattesubventionen. Det blir svårt att få samma djup i intervjun

när frågorna fick skickas. Frågorna skickades (bilaga 2). Svaren blir ganska enkla men det visade på att lagen om skattesubvention har påverkat företaget väldigt positivt. Ökningen av omsättningen har varit 35 procent mellan 2006/2007. Den största ökningen var under hösten 2007. De anställde nästan 200 personer under augusti och september 2007 och nyrekrytering pågår fortlöpande. Jag frågade om de kände av konkurrensen av de nystartade företagen, hon menar att de varit verksamma i 12 år och varit ensamma länge på marknaden. De välkomnar nu en ökad konkurrens som ska föra branschen framåt och erbjuda ”vita” tjänster. De tycker att de gör samhällsnytta genom att allt fler upptäcker fördelarna med att få hjälp i vardagen samt att de bidrar till att skapa arbetstillfällen och öka integrationen. Företaget ser optimistiskt på framtiden.

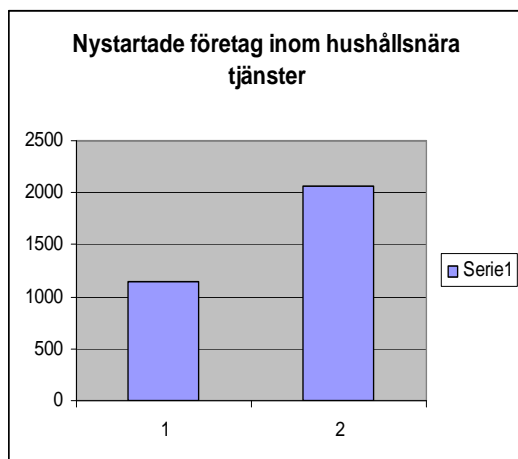
4.3 Analys

I analysen beskrivs effekterna av skattereduktionen på hushållsnära tjänster. Jag kommer att försöka beskriva effekterna nationellt, vilka regioner samt vilken målgrupp som kommer att beröras av skattereduktionen. Analysen kommer även att genomföras med bivariat analys och ett korrelationstest. Materialet från intervjuerna kommer att analyseras för att kunna beskriva effekterna av att det införs en skattereduktion för hushållsnära tjänster.

4.3.1 Analys av de nationella effekterna av skattereduktionen

Med internationella effekter av skattereduktionen syftar jag på om antalet nya företag ökar eller om det är etablerade företag som tar hand om den ökad efterfrågan. Nedan visas det diagram på företagandets utveckling. Det totala antalet nystartade företag har ökat mellan de tidsperioder jag har använt mig av i arbete 1/1 – 31/10. Året 2006 då startades det 57 889 företag och 2007 startades det 75 326 företag inom den valda tidsperioden. Det är en ökning med 17 437 företag, vilket ger en ökning med ca 30 procent på totalt nystartade företag. Det som är intressant i min undersökning när det gäller antal nystartade företag, är om det startats fler företag inom den hushållsnära branschen. Har efterfrågan ökat på grund av skattereduktionen för dessa tjänster? Från företagsregistret fick jag siffror att arbeta med och kom fram till att det skett en ökning. I diagrammet

nedan visas det hur många företag som startade inom den hushållsnära branschen, inom den valda tidsperioden. Kolumn 1 är startade för året 2006 och det var 1142 och för 2007 var det 2061 företag som startades. Alltså var ökningen 919 företag och det är en ökning med ca 80 procent.



Figur 1: Diagram över nystartade företag inom den hushållsnära branschen.

När jag undersökte om företagandet ökat totalt sett användes ökningen eller minskningen som skett mellan åren (2006 och 2007) för varje kommun. Denna förändring behandlades i SPSS och där visar det att medelökningen av nystartade hushållsnära företag är 3,17 (bilaga 2). Standardavvikelsen ligger på 9,999 vilket tyder på att värdena är ganska spridda kring medelvärdet. Högsta värdet är en ökning med 142 företag i en kommun och lägsta är en minskning med -8 företag från föregående år. Här ser man vilken variation man kan stöta på när man titta på varje kommun för sig. Resultatet visar att det har skett en ökning av nystartade företag inom den hushållsnära branschen genom statistiska beräkningar.

Ökningen av nystartade hushållsnära företag visar här att efterfrågan samverkar med utbudet av företag. Efterfrågan har ökat på hushållsnära tjänster efter skattereduktionen. Det startas fler företag för att kunderna efterfrågar deras tjänster.

Strand (2005) menar att Norden har haft höga skatter på hushållsnära tjänster vilket har lett till att egenarbete i hemmet har varit stort. Likformighetsprincipen

menar att tjänster ska beskattas på likartat sätt, vilket de inte gjorts eftersom arbetet i hemmet inte är beskattat. Nu när skatten sänkt på hushållsnära tjänster, minskar det egna obeskattade arbetet i hemmet. Efterfrågan kommer att öka eftersom fler vill köpa hushållstjänster detta ger extra utrymme för entreprenören. Antingen genom nya företag eller etablerade företag inom branschen.

Henrekson och Stenkula (2007) menar att marknaden snedvrids genom subventioner. Att gamla företag kan slås ut eftersom nya inträder på marknaden. Men undersökningen tyder mer på att det är de stora etablerade företagen som fortsätter att vara stora. Det nystartade företaget i Stockholm upplevde att hon fick de kunder som var missnöjda från de etablerade företagen. Men detta kanske gäller för storstadsregionerna, för i Kristianstad var det de nystartade företaget som hade mycket jobb och det etablerade hade nästa ingen ökning alls.

Det som kallades politiskt entreprenörskap i teorikapitlet var när entreprenören observerar och reagerar på lönsamma möjligheter som visar sig av politiska beslut på marknaden. Osäkerhet och risk som Porter (1989) diskuterar är att eftersom det är en politisk åtgärd kan skattereduktionen också modifieras eller försvinna. Fast entreprenörerna har uppmärksammat möjligheterna med skattesubventionen och det visar sig genom att det har skett en ökning av nystartade företag inom den hushållsnära branschen med 80 procent. Det diskuteras om samhället stimulerar till ett produktivt entreprenörskap i dag.

4.3.2 Analys av effekterna regionalt av skattereduktionen

Innan lagen genomfördes, undersökte både Skatteverket och Sifo vilka regioner som skulle använda sig av dessa tjänster. I båda undersökningarna kom de fram till att det var i storstäderna som ökningen skulle vara högst. I Almegas rapport (Maj, 2008) visar det sig att det skiljer sig kraftigt gällande kännedom, intresse och köp av hushållsnära tjänster mellan storstäderna och övriga landet. Det visar klart och tydligt att storstäderna har en betydligt större ökning av nystartade företag inom denna bransch. Det bor fler människor i storstadsregionerna och därför borde det visa att företagandet ökar mer där än i mindre städer och orter.

Enligt Skatteverkets pressmeddelande (2008-02-14) är huvuddelen av ansökningarna man fått in om skattereduktion för hushållsnära tjänster belägna i storstadsregionerna.

Vid intervjuerna framkom skillnader mellan de etablerade företagen i de olika regionerna. Det etablerade företaget i Stockholm har redovisat en ökning av sin omsättning på 35 procent mellan 2006/2007 och anställt ett flertal nya medarbetare. Det etablerade företaget i Kristianstad har inte upplevt någon ökning och de har inte gjort någon nyanställning. Hon tycker att hushållstjänsterna mest är ett storstadsbehov. Vid intervjun med de två nystartade företagen framkom det även här skillnader i regionerna. I Kristianstad hade nyföretagaren mycket att göra och det kom in nya uppdrag hela tiden. Men i Stockholm var det svårare att hämta in uppdragen. Det är större konkurrens och det är de stora etablerade företagen som tar de flest uppdragen. Här ser man konsekvenserna av det Porter (1989) talar om med risker i en bransch som är i förändring. Det är kostsamt att få konsumenterna ändra sitt inköpsbeteende och att påverka dem att välja dig istället för någon annan att utföra tjänsten. Det är kostsamt att göra reklam för sig och det finner jag gemensamt för de nystartade företagen. Här har de etablerade företagen en fördel eftersom de är inarbetade på marknaden. De har oftast skapat långvariga personliga kontakter med sina kunder. Detta stämmer överens med det Porter (1989) och Casson (1982) talar om i teorikapitlet. Därför har de befintliga ett försprång gentemot övriga konkurrenter eftersom man har varit inom branschen länge.

Jag ville också undersöka om det startades fler företag i kommuner med hög skattekraft, det vill säga om efterfrågan är större i dessa kommuner. Tidigare i analysen har det visat sig att efterfrågan på hushållsnära tjänster är högre i storstäder. Nu vill jag mäta och se om skattekraften i kommunerna och antal nystartade företag i kommunen har något gemensamt. Det bivariata testet visar att skattekraft är positivt korrelerat med antal nystartade hushållsnära företag (bilaga 3). Ju högre kommunens skattekraft är, desto fler företag startas. Korrelationen är signifikant och spridningsdiagrammet visa också på ett linjärt

samband (bilaga 4). De regionala effekterna av skattesubventionen är alltså påverkad både av vilken skattekraft kommunen har och storleken på regionen.

4.3.3 Analys av vilka målgrupper berörs av skattereduktionen

De förväntade målgrupperna före genomförandet av skattereduktionen var enligt Almegas rapport (Maj, 2008) barnfamiljer, höginkomsttagare och högutbildade. Den visar även på att det finns ett stort intresse i nästan samtliga målgrupper att köpa hushållsnära tjänster. I en av intervjuerna framkom det att kunderna upplevde det krångligt eftersom de får ligga ute med pengarna för subventionerna. Även Almegas undersökning visar att om skattereduktionen gavs direkt vid köpet av tjänsten skulle intresset öka att använda sig av hushållsnära tjänster. Kunden vill inte ligga ute med pengarna till skatteverket har granskat köpet. Detta är en förändring som skulle kunna löna sig för branschen om kunden betalade det subventionerade priset redan vid köpet av tjänsten. Maud Olofsson kommenterar (Almegas hemsida, 2008-05-13) Almegas rapport och meddelar att det pågår en utredning som arbetar med ett förslag om skattelättnad redan vid köpet av den hushållsnära tjänsten.

När vi talar om målgrupper visar Almegas undersökning också på att skattereduktionen har positiva effekter på arbetslösheten. Detta var ett av Finansdepartementets mål med reformen. Det senaste halvåret har 1800 personer nyanställt i hemservicebranschen. Av dessa kommer tre av fyra direkt från arbetslösheten. Skattereformen har gjort hemservicebranschen till en väg in i arbetsmarknaden för många arbetslösa. Det etablerade företaget i Stockholm såg sig själva som ett företag som bidrar till att skapa arbetstillfällen och att öka integrationen.

4.4 Kapitelsammanfattning

Hushållsnära tjänster, som tidigare riktat sig mot höginkomsttagare och företag, har sedan 1 juli, 2007 kunnat ta del av en helt ny marknad i och med skattesubventionen. Sifos undersökning visar att efterfrågan ökar mer i storstäderna än vad det gör i mindre städer och tätorter. Regionala skillnader är fortfarande stora när det handlar om storstad och mindre städer. Köparna av

tjänsterna är i första hand barnfamiljer boende i storstäder, även om köpare finns i alla samhällsgrupper. Intervjuerna med fyra företag genomfördes. De företag som ringdes upp representerar nystartad och etablerade företag i den hushållsnära branschen. För jämförelse mellan olika regioner kontaktas företag från Stockholm och Kristianstad. Här ville jag se om effekterna av skattereduktionen var olika. I analysen beskrev jag effekterna av att det införs en skattereduktion på hushållsnära tjänster. Jag använde mig av min teori samt empiri för att beskriva vad effekterna blir nationellt, vilka regioner samt vilken målgrupp som berördes av skattereduktionen.

Kapitel 5: Sammanfattning och slutsatser

I sista kapitlet sammanfattas uppsatsen och jag ska lämna mina slutsatser på effekterna av införandet av skattereduktion på hushållsnära tjänster. Därefter förslag på fortsatt forskning och kapitlet avslutas med en kapitelsammanfattning.

5.1 Sammanfattning

Syftet med uppsatsen var att beskriva effekterna av att det införs en skattereduktion för hushållsnära tjänster. Genom min teori samt empiri försöker jag beskriva hur effekterna blir nationellt, vilka regioner samt vilken målgrupp som berörs av skattereduktionen. Jag undersöker också om företagandet har ökat inom den hushållsnära branschen.

I uppsatsen har både teori och empiri använts för att försöka att beskriva en enskild händelse ”skattereduktion på hushållsnära tjänster”. För att kunna göra det på bästa sätt var det nödvändigt att använda sig av både kvantitativ och kvalitativ metod. Användningen av primärdata och sekundärdata har krävts för att kunna ge en heltäckande bild över effekterna av skattereduktionen. Aktuell information från media, eftersom det är en relativt ny händelse och det har varit en ganska livlig debatt i ämnet. Statistiska rapporter och artiklar från Företagsregistret, Skatteverket, Svenskt Näringsliv och Sveriges Kommuner och Landsting finns också med i uppsatsen. Det har även utförts fyra ostrukturerade intervjuer via telefon och e-mail med entreprenörer inom branschen hushållsnära tjänster för att kunna fördjupa undersökningen.

5.2 Slutsatser

Slutsatsen från analysen och av det empiriska materialet framställs i detta avsnitt i uppsatsen. Slutsatserna av effekterna av skattereduktionen kommer att presenteras var för sig i de tre olika områden som undersöktes. Hur blir effekterna nationellt, vilka regioner samt vilken målgrupp som berörs av skattereduktionen. Det finns säkert andra effekter av skattereduktionen än de tre

områden jag undersökt. Detta är en naturlig avgränsning för mig i denna situation eftersom jag får ta hänsyn till tidsaspekten för uppsatsen.

5.2.1 Slutsatser av de nationella effekterna av skattereduktionen

I början av mitt uppsatsskrivande antydde jag att företagandet skulle öka eftersom regeringen införde en skattereduktion för dem som köper hushållsnära tjänster. Uppsatsen visade att nyföretagandet har ökat totalt i alla branscher med 30 procent. Entreprenörerna har uppmärksammat denna möjlighet på marknaden som regeringen så tydligt visade. Etableringshindren försvagades när skattereduktionen infördes och efterfrågan av tjänsterna började öka. Det har varit en ökning av nystartade företag inom hushållsnära tjänster med hela 80 procent. Det kan kallas en explosionsliknande utveckling av nya företag i branschen och fördelen med det är att det är en växande vit marknad av tidigare svarta tjänster.

Ökningen blev som Pia Blank Törnros från skatteverket antydde innan genomförandet av skattereduktionen, att det är storstäderna som först tog till sig att använda skattereduktionen. Det är Stockholm, Göteborg, Uppsala och Malmö som har störst antal hushållsnära företag i landet och där ökningen av efterfrågan har varit störst. Nationellt sett måste man se reformen som ett lyckat projekt. Fler har kommit in i sysselsättningen och företagandet har ökat i landet.

5.2.2 Slutsatser av effekterna regionalt av skattereduktionen

Både den kvantitativa och den kvalitativa undersökningen visar att det är skillnader i olika regioner i landet. Storstäderna har en större efterfrågan på tjänsterna och har störst kännedom om att den finns att tillgå. Att efterfrågan är större i storstäderna beror också på att det bor fler människor där. I mindre städer upplevs det att kännedomen om tjänsterna inte är så hög och att kunden upplever det krångligt att avdraget görs efteråt i deklarationen. Undersökningen från Demoskop visade också på att det är storstadsregioner som toppar siffrorna av både kunder som köper tjänsterna och antal nystartade företag inom hushållsnära tjänster.

Företagen jag hade kontakt med upplevde skattereduktionen positiv och såg ljus på framtiden. Det etablerade företaget i Kristianstad var den entreprenören som var mer neutral eller till och med lite negativ. Företaget hade inte haft någon ökning och hon tycker att det fortfarande var riktat till höginkomsttagare. Man kan se en skillnad på de nystartade företagen i de olika regionerna. Kristianstadsföretaget var väldigt positiv och hade väldigt mycket att göra. Stockholmsföretaget tyckte att konkurrensen från de stora företagen var jobbig. Man får de kunder som har blivit missnöjda hos de väl etablerade företagen.

5.2.3 Slutsatser av vilka målgrupper berörs av skattereduktionen

Intresset för att köpa hushållsnära tjänster finns i nästan samtliga samhällsklasser, fast det är fortfarande barnfamiljer, höginkomsttagare och högutbildade som står för de flesta köpen. Kunderna skulle gärna vilja få avdraget direkt vid köpet och det pågår en utredning om att kunna få skattelättnaden direkt vid köpet av tjänsten. I år (2008) har även företag kunnat ansöka om skattereduktion för hushållsnära tjänster som de erbjuder sina medarbetare som löneförmån. Detta hoppas det etablerade företaget i Kristianstad mycket på men ännu har det inte haft någon genomslagskraft.

Ett av syftena med reformen var att minska arbetslösheten med att få in fler människor i sysselsättning. Undersökningen från Almega visar just på detta, den hushållsnära branschen har under det senaste halvåret anställt 1800 personer. Av dessa kommer tre av fyra direkt från arbetslösheten. Det verkar som att skattereformen har gjort hemservicebranschen till en väg in i arbetsmarknaden för många arbetslösa.

5.3 Fortsatt forskning

Oftast börjar trender i storstäderna och sedan sprider sig ut i landet. Därför skulle det kunna vara intressant att göra om undersökningen om ett år eller mer. Uppsatsen visar på att de mindre regionerna i landet inte har tagit skattereduktionen till sig i någon större omfattning. Om undersökningen gjorts efter en tid, skulle den kanske visa annorlunda.

En fördjupande underökning som inriktar sig på reformens syfte kan vara något att jobba vidare med. Reformens syfte var att stimulera en arbetslöshetssänkning för ungdomar, utlandsfödda och personer med enbart grundskoleutbildning. Här har man tre bra grupper i samhället att undersöka vidare på, om det har skett någon förändring för dessa personer.

Att utföra en undersökning om den svarta och vita marknaden för hushållsnära tjänster verkar lockande. Under arbetets gång har jag stött på uppgifter som visar på att den vita marknaden har ökat och den svarta minskat. Men att genomföra en sådan undersökning blir nog svår i och med dess känslighet. Köper du svarta tjänster? Hur många skulle svara sanningsenligt?

5.4 Kapitelsammanfattning

Syftet med uppsatsen var att undersöka effekterna av införandet av skattereduktion för hushållsnära tjänster. Jag undersökte också om företagandet har ökat inom den hushållsnära branschen. Slutsatserna presenterades i de tre olika områdena. Hur blir effekterna nationellt, vilka regioner samt vilken målgrupp som berördes av skattereduktionen. Storstäderna hade en större efterfrågan på tjänsterna och störst kännedom om att tjänsten fanns att tillgå. Det har varit en ökning av nystartade företag inom hushållsnära tjänster med hela 80 procent. Företagen som intervjuades upplevde skattereduktionen positiv och de såg ljus på framtiden. Intresset för att köpa hushållsnära tjänster fanns i nästan samtliga samhällsklasser, fast det är fortfarande barnfamiljer, höginkomsttagare och högutbildade som står för de flesta köpen. Kunderna skulle gärna vilja få avdraget direkt vid köpet och det pågår nu en utredning för att lösa den uppgiften. I mindre städer upplevs det att kännedomen om tjänsterna inte är så hög och att kunden upplever det krångligt att avdraget görs efteråt i deklarationen.

Bilaga 1

Här ser man hur ofta vissa värde förekommer. (Exempel första raden: I en kommun har det minskat 8 hushållsnära företag).

	Antal Kommuner			
Antal Företag -8	1			
	2			
-5	3			
-4	4			
-3	13			
-2	32			
-1	63			
0	44			
1	28			
2	23			
3	18			
4	5			
5	10			
6	8			
7	8			
8	6			
9	1			
10	3			
11	2			
12	3			
13	2			
15	2			
16	2			
17	1			

	18		2		
	19		1		
	22		2		
	43		1		
	50		1		
	142		1		
	Total		290		
Missing	System		88		
Total			378		

Bilaga 2

Frågor till det etablerade företaget i Stockholm via e-mail.

1. Hur har lagen om skattesubvention på hushållsnära tjänster påverkat Er?
2. Upplever ni att efterfrågan har ökat sedan subventionens genomförande?
3. Har ni behövt att anställa fler medarbetare sedan genomförandet av lagen?
4. Känner ni av konkurrensen av de nystartade företagen inom branschen?
5. Hur ser ni på framtiden?

Bilaga 3

N	Valid	290
	Missing	88
Mean		3,17
Std. Deviation		9,999
Minimum		-8
Maximum		142
Percentiles	25	,00
	50	1,00
	75	4,00

Figur 2: Tabell över ökningen i HNT 2006/2007

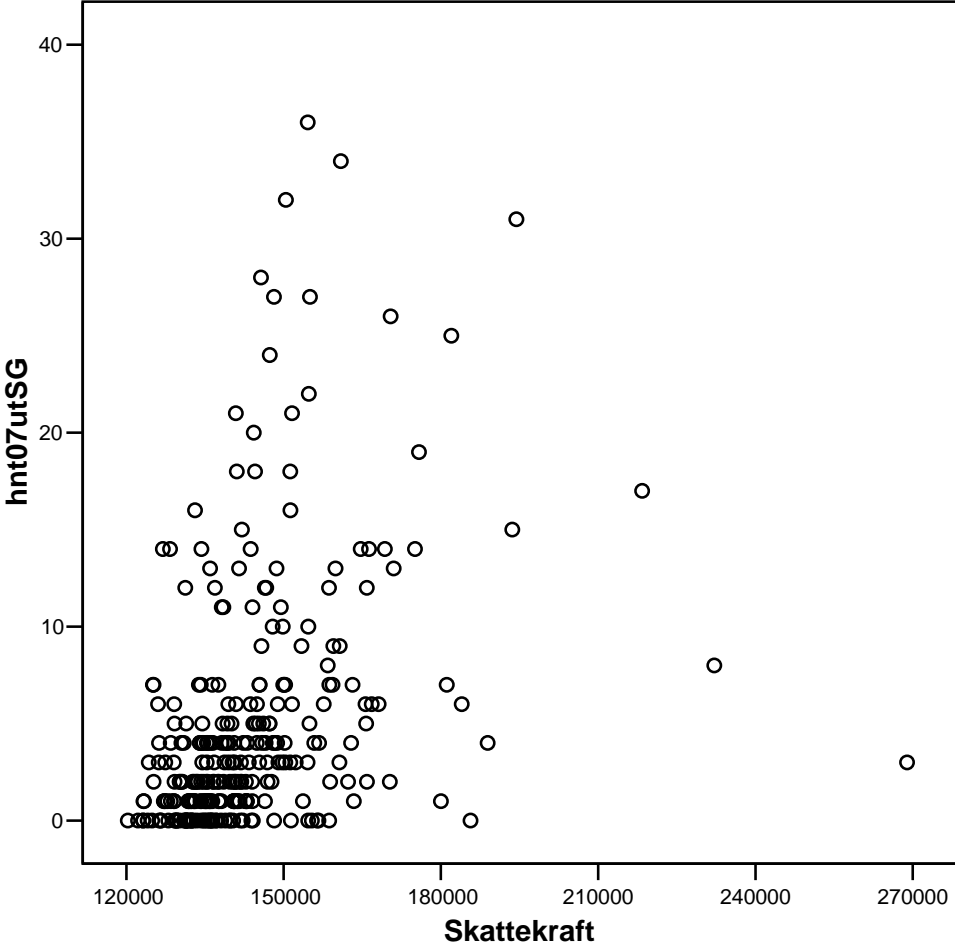
Bilaga 4

		Skattekraft	HNT
Skattekraft	Pearson Correlation	1	,367(**)
	Sig. (2-tailed)	.	,000
	N	290	290
HNT	Pearson Correlation	,367(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	.
	N	290	290

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Figur : Korrelations matris mellan skattekraft och normalfördelade värden på antal nystartade hushållsnärföretag.

Bilaga 5



Referenslista:

Almega, (Maj, 2008) "Hemservice, Attityder och fakta kring hushållsnära tjänster"

Almega (2008-05-13) "En glad näringsminister kommenterar rapport om hemservicebranschen"

http://www.almega.se/Templates/T_2.asp?PN=10051810

Tillgängligt: 2008-05-20

Baumol, J W (1968) "Entrepreneurship in Economic Theory" *American Economic Review*, vol. 56, s. 64-71

Casson M C, (1982) "The Entrepreneur: An Economic Theory" första upplagan, *Oxford: Martin Robertson*

Christensen, L, Andersson, N, Carlsson, C & Haglund, L (2001) *Marknadsundersökning –en handbok* Studentlitteratur, Lund

Cohen, W M, & Klepper, S (1992) "The Trade-Off between Firm Size and Diversity in the Pursuit of Technological Progress" *Small Business Economics*, vol. 4, s. 1-14

Douthitt, R (1996) "The value of unpaid work in the system of National income accounts: A satellite account approach" *Magasinet: American council on Consumer Interests*; September 1996, *University of Wisconsin, Madison*

Djurfeldt, G, Larsson, R & Stjärnhagen, Ola (2003) *Statistiska verktyglåda*, Studentlitteratur, Lund

DN (2007-08-07): "Disk och damm ny marknad. Skatteavdrag lockar fler att starta städbolag".

<http://ad.se.ezproxy.bibl.hkr.se/aa/aa.php?zbwsession=0000015785>

Tillgängligt: 2007-11-19

Endres, M A och Woods, R C (2006) "Modern Theories of Entrepreneurial Behavior: A Comparison and Appraisal", *Small Business Economics*, 26, 189-202

Eklund, K (2002) *Vår ekonomi*, (Uppl 9), Fälth & Hässler, Värnamo

Entreprenörskap i Sverige (2000) Rapport 2001:1, *Global Entrepreneurship Monitor*, ESPRI Stockholm augusti 2001

Finansdepartementet (2007) <http://regeringen.se/sb/d/108/a/80007>

Tillgänglig: 2008-04-03

Finansdepartementet (2007) <http://regeringen.se/sb/d/9293/a/87893>

Tillgängligt: 2008-04-14

Freeman, B & Schettkat, R (2005) "Jobs and home work", *Economic Policy*, pp 5-50, Great Britain

Henrekson, M och Stenkulla, M (2007) *Entreprenörskap*, Nørhaven Paperback A/S, Viborg

Henrekson, M (2007-09-27) "Regeringens ekonomer förstår sig inte på ekonomi" *DN-debatt*

Holcomb, R (2003) "The origins of Entrepreneurial Opportunities", *Review of Austrian Economics*, 16:1, 25-43

Jacobsen, D I (2002) *Vad, Hur och Varför?*, Studentlitteratur, Lund

Jacobsen, K H, Wolfram F, R och Sørensen, B P (2000) "Optimal taxation with household production", *Oxford economic papers*

Lag (2007:346)

<http://www.notisum.se.ezproxy.bibl.hkr.se/index2.asp?sTemplate=/template/index.asp&iMenuID=286&iMiddleID=285&iParentMenuID=236&iLanguageID=1>

Tillgänglig: 2008-04-30

Landström, H (2005) *Entreprenörskapets rötter*, Studentlitteratur, Lund

Perloff, J M (2004) *Microeconomic* (3rd edn), Pearson Education, Inc., publishing as Pearson Addison Wesley

Porter, E M (1989) *Konkurrensstrategi*, Bohuslänningens Boktryckeri AB, Uddevalla 1989

Pålsson, A-M och Norrman, E (1994) *Finns det en marknad för hemarbete?*, Kristianstads Boktryckeri AB

Regeringsförklaringen (2006)

<http://www.regeringen.se/content/1/c6/07/02/32/bcc6951a.pdf>

Tillgänglig: 2008-04-30

Rogerson, R (2005) "Structural Transformation and the Deterioration of European Labor Market Outcomes", *Arizona State University*, September 17, 2005

Sandmo, A (1990) "Tax Distortions and Household Production", *Oxford Economic Papers*, 42:1, 78-90

Saunders, M, Lewis, P och Thornhill, A (2007) *Research Methods for Business Students* (4th edn), Pearson Education Limited, England

SCB (2007) Totalt antal arbetade timmar 1976-2006

http://www.scb.se/templates/tableOrChart_23362.asp

Tillgänglig: 2008-04-24

Schumpeter, J A (1942) *Capitalism, Socialism and Democracy*, New York: Harper & Row

Sifo: telefonintervju (05-08 Mars 2007) Proj 1515874

<http://www.sifo.se/Public/Reports/index.aspx>

Tillgängligt 2008-04-12

Skatteverkets pressmeddelande (2008-02-14) ”Storstadsregionerna toppar listan över hushållstjänsterna”

<http://skatteverket.se/nyheterpressrum/pressmeddelanden/2008/2008/20080...>

Tillgängligt 2008-04-01

SOU (1997:17) Finansdepartementet *Skatter, tjänster och sysselsättning*, Norstedts Tryckeri, Stockholm

Strand, J (2005) ”Tax distortions, household production, and black-market work”, *European Journal of Political Economy*, 21, 851-871

Stukát, S (1993) *Statistikens grunder*, Studentlitteratur, Lund

Svartköp och svartjobb i Sverige Del 2: Möjliga åtgärder mot svartarbete och bidragsfusk Rapport 2007:1

www.skatteverket.se/download/18.3dfca4f4104fc63c8680002075

Tillgänglig: 2008-04-30

Svenskt Näringsliv ”Framgång för hushållsnära tjänster –Frankrike, tyskland, Belgien, Österrike, Italien”

http://www.svensktnaringsliv.se/multimedia/archive/00000/Framg_ng_f_r_hush_ llsn_502a.pdf

Tillgänglig: 2008-05-15