

SKATTEDIREKTORATET

Kjøp av **svart** arbeid i
privatmarkedet



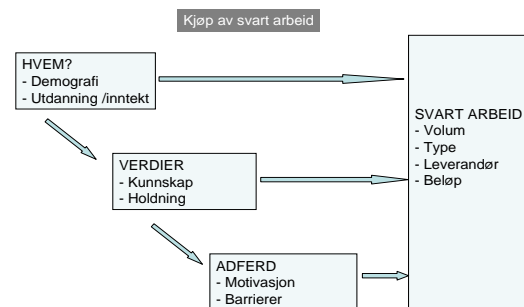
VURDERING AV TILTAK MOT KJØP AV SVART ARBEID

BEKJEMPELSE AV SVART ARBEID

- Samarbeid Mot Svart Økonomi (SMSØ), bestående av sentrale parter i arbeids- og næringslivet samt Skatteetaten, arbeider i fellesskap forebyggende i kampen mot svart økonomi. Sentrale motivasjonsfaktorer i arbeidet er hensynet til skatteinngangen, forhindring av uønsket konkurransevridning og sikring av gode arbeidsforhold.
- Offentlige myndigheter gjennomfører i økende grad kampanjer med sikte på å påvirke befolkningens oppfatninger og adferd. Befolkningsundersøkelser anvendes for å vurdere kampanjenes design og effekt.

DET SVARTE ARBEIDETS OMFANG

- Omfanget av svart arbeid er vanskelig å måle eksakt i befolkningsundersøkelser, da adferden kan betraktes som ulovlig. Dels vil omfanget bestemmes av hvilken definisjon som legges til grunn:
 - 18% av befolkningen oppgir uoppfordret at de kjøper svart arbeid
 - 23% oppgir å ha kjøpt svart etter å ha blitt forelagt ulike beskrivelser av mulig svart arbeid
 - 37% av *befolkningen* har kjøpt svart arbeid eller vurdert å gjøre det.
 - 43% kjenner andre som kjøper svart
 - 48% av dem som *er i markedet* for svarte tjenester har kjøpt eller vurdert å kjøpe svart.
- Arbeidet omfatter flere typer, med hovedvekt på renhold og håndverktjenester.
- Initiativet til svart betaling ligger dels hos kjøper, dels hos selger. Det kjøpes for under 10.000 Kr i løpet av en to-årsperiode. Oppgjøret skjer ved kontant betaling.
- Volumet på det svarte arbeidet kan ha økt de siste tre årene (fra 13% i 2006), og kan forventes å være det samme neste år som i år, eller noe lavere.



KJØPSADFERD

- Svart arbeid kjøpes av alle, uavhengig av alder, kjønn, bosted, utdanning, yrke og inntekt.
- Det vurderes som uproblematisk å skille mellom svart og hvitt arbeid, men de færreste sjekker prisen på tilsvarende hvitt arbeid ved kjøp. Ni av ti kjøpere av svart arbeid er godt fornøyde med kjøpet.
- Arbeidet formidles via venner og kjente, og halvparten av befolkningen kjenner andre som kjøper svart. Det er enkelt og rimelig, og utføres også ofte av bekjente. Utlendinger kompenserer i noen tilfeller manglende norsk arbeidskraft.
- Viktige begrunnelser for *ikke* å kjøpe svart er at det er ulovlig og gir manglende forbrukerrettigheter.
- Holdningene til kjøp av svart arbeid er varierende:
 - Rettferdighet: Varierende oppfatninger
 - Enkelhet: Svart er enkelt og rimelig
 - Trygghet: Svart er utrygt
 - Tydighet: Høy moral, men lav oppdagelsesrisiko
- Skattemoralen er stigende med alderen.
- Kjøpsadferden i 2009 er gjennomgående den samme som i 2006.

Innhold

	Side	
Vurdering av tiltak mot kjøp av svart arbeid		
DEL I: INNLEDNING		
• 1. Innledning	6	
DEL II: ARBEIDETS OMFANG		
• 2. Volum	11	
• 3. Sannsynlighet for kjøp	14	
• 4. Type arbeid omsatt	19	
• 5. Oppgjøret	24	
DEL II: KJØPSMOTIVASJON		
• 6. Begrunnelser for å kjøpe svart	30	
• 7. Hvem kjøper svart?	36	
• 8. Holdninger og verdier	41	
DEL III: FREMTIDSUTSIKTER		
• 9. Tilbud av svart arbeid	52	
• 10 Ønske om å kjøpe svart arbeid	54	
• 11 Tiltak	55	
		Vedlegg 1: Om utvalgene
		Vedlegg 2: Statistisk usikkerhet
		Vedlegg 3: Kjøpsprofiler etter fylke (Eget vedlegg)
		Vedlegg 4: Spørreskjemaet (Eget vedlegg)



DEL I - INNLEDNING

1. INNLEDNING

Om undersøkelsen

••► TNS Gallup har gjennomført en befolkningsundersøkelse om kjøp av svart arbeid for Skattedirektoratet. Undersøkelsen repeterer dels en tilsvarende undersøkelse gjennomført i september 2006, og skal tentativt sammenliknes med denne for å vurdere utviklingstrekk i markedet.

••► Intervjuingen er foretatt med web-basert spørreskjema, rettet mot TNS Gallups aksesspanel. Aksesspanelet er en base bestående av om lag 45.000 respondenter, som har sagt seg villige til å delta i spørreundersøkelser. Panelet er tilfeldig rekruttert og aktivt vedlikeholdt ("Gull-panel"). Kjennskap til paneldeltakernes bakgrunn gjør det bla.a mulig å tilrettelegge et utvalg med bedre representativitet enn hva man vanligvis oppnår i tradisjonelle befolkningsutvalg innsamlet med andre metoder.

••► Det er gjennomført intervju med 2026 landsrepresentative respondenter i februar 2009.

••► Skattedirektoratet ønsker analysene rapportert på fylkesnivå, men ønsket samtidig utvalget trukket proporsjonalt etter befolkningens fylkesfordeling. Dette innebærer at usikkerheten er størst for fylkene med lavest befolkningsstørrelse.

••► Svarkvaliteten er gjennomgående god.

••► Undersøkelsens respons er 56%. Dette er relativt høyt i forhold til en befolkningsundersøkelse, og må sees i forhold til at respondentene er forhåndsrekrutterte og at TNS Gallups aksesspanel er et oppdatert og aktivt panel.

••► Det endelige utvalget viser god overensstemmelse med befolkningen etter sentrale bakgrunnskjennetegn, og noe bedre presisjon enn utvalget for 2006 (Vedlegg 1).

1. INNLEDNING

Offentlige informasjonskampanjer har tiltatt i omfang de senere år, som del av en større trend kalt “Social Marketing”.

- ● ► Tanken bak social marketing er at offentlige myndigheter bør iverksette programmer / kampanjer for å **øke aksepten for et politisk budskap eller adferd i en nærmere definert målgruppe**

- ● ► Kampanjene er typisk rettet mot å **påvirke individuell adferd** (reduere røyking, øke fysisk aktivitet, redusere forsøpling, redusere fartsovertredelser, etc.)

1. INNLEDNING

God kommunikasjon er en forutsetning for demokrati:

- Forbedrer tjenesteleveransen
- Formidler sentrale budskap til offentligheten
 - Håndterer forventninger
- Stimulerer offentlig deltakelse

Utfordring: Identifisere relevante elementer for tilrettelegging av informasjonskampanjer

- Hvilken type informasjon trengs?
- Hvordan kan informasjonen kommuniseres effektivt?

1. INNLEDNING

Befolkningsundersøkelser underbygger stadiene i offentlige kommunikasjonskampanjer ...

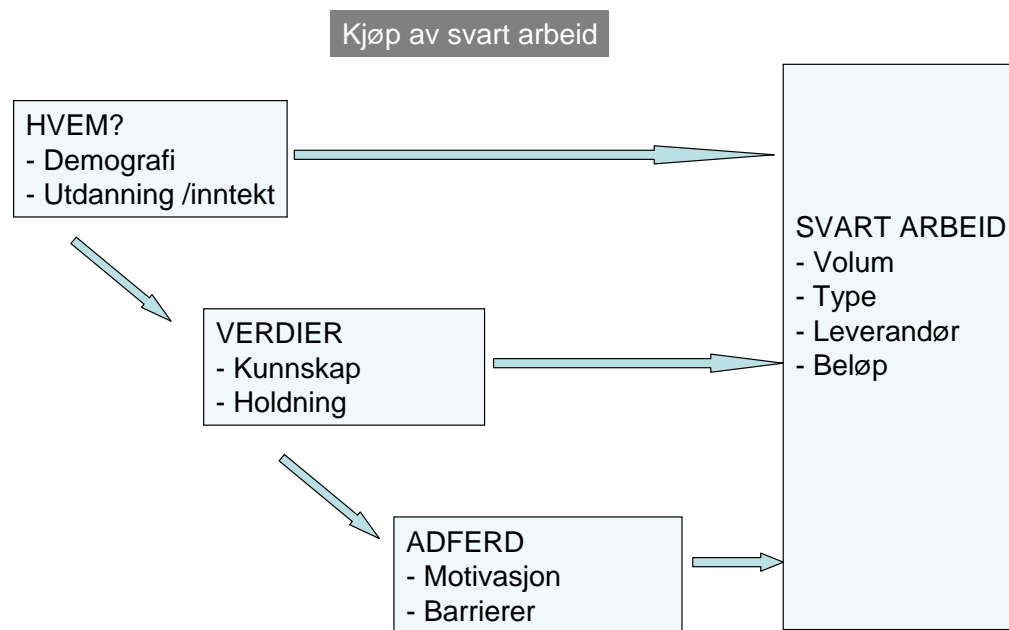
- **Generelle politiske mål:** Hva er de ultimate målsettingene i forhold til prosjektmålsetting, adferdsendring, etc
- **Målgruppene:** Hvordan er de inndelt? Hva definerer de ulike segmentene? Hvordan prioritere mellom dem?
- **Kommunikasjonsmål:** Er målsettingen å skape oppmerksomhet, endre holdninger eller å påvirke adferd?
- **Budskapsstrategi:** Hva bør være budskapets innhold? Hvordan pakke det inn – stil/tone, etc?
- **Kommunikasjonskanaler:** Hvilke kanaler er de mest effektive i forhold til å nå frem til målgruppene

1. INNLEDNING

Tilnæringsmåte

- ● ► Rask **kartlegging** av volum og type tjenester kjøpt:
 - Vekt på metodiske grep for å fange så stor andel av volumet av svart arbeid som mulig.
- ● ► **Analytisk** fokus på de underliggende adferdsmønstrene som motiverer/forebygger kjøp av svart arbeid.
 - Vurdere "tilbøyeligheter" til kjøp av svart arbeid, i spenningsfeltet mellom prinsipielle tilhengere og motstandere av slikt kjøp.
- ● ► **Resultatfokus** på tiltaksevaluering og strategiutforming.
 - Evaluering i forhold til hovedprinsippene for Samarbeid mot svart økonomi: Rettferdighet, Enkelhet, Trygghet, Tydelighet.

- ● ► **Sammenlikning** med 2006

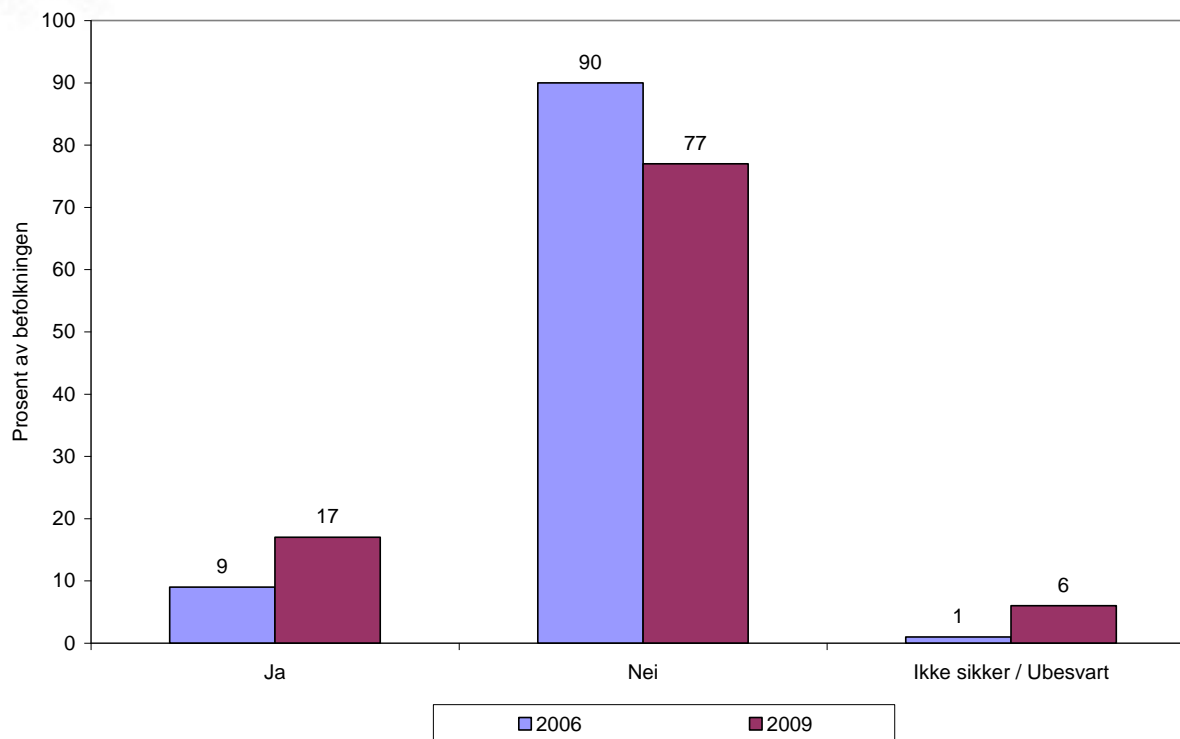




DEL II - ARBEIDETS OMFANG

2. VOLUM

Har du i løpet av de to siste årene kjøpt arbeid svart? (n 2009: 1976, n 2006:1000)



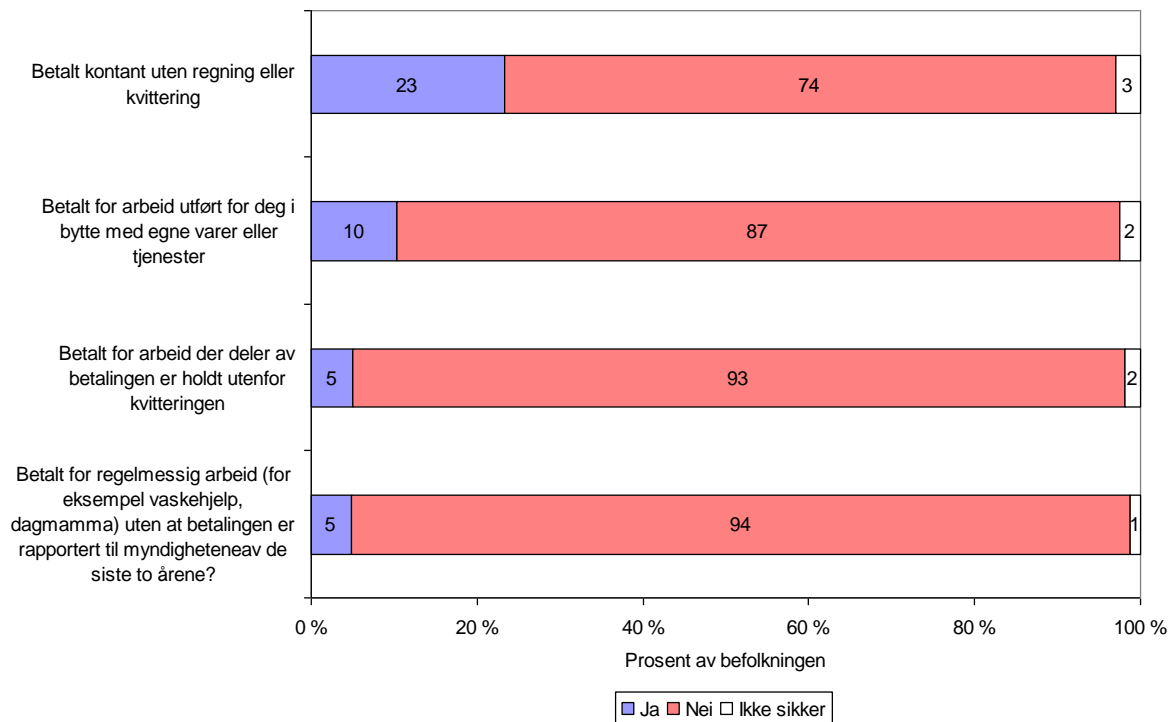
Svart arbeid har begrenset omfang

- To av ti kjøper svart i 2008 (fire av hundre er "usikre").
- Andelen som kjøper svart i 2009 er antydningvis nesten dobbelt så høy som i 2006.

Kjøp av svart arbeid er vanskelig å måle eksakt i befolkningsundersøkelser, da dette innebærer selvrapportering av ulovlig adferd. Volumet vil da gjerne måles med andre metoder, slik som nasjonale regnskapstall. Hovedvekten i det følgende ligger derfor på beskrivelsen av arbeidets karakter og på forhold som stimulerer- eller hindrer kjøp.

2. VOLUM

Hvis "ikke kjøpt": Har du betalt på noen av følgende måter for arbeid utført for deg i løpet av de to siste årene? (n 2009: 1517-1539)

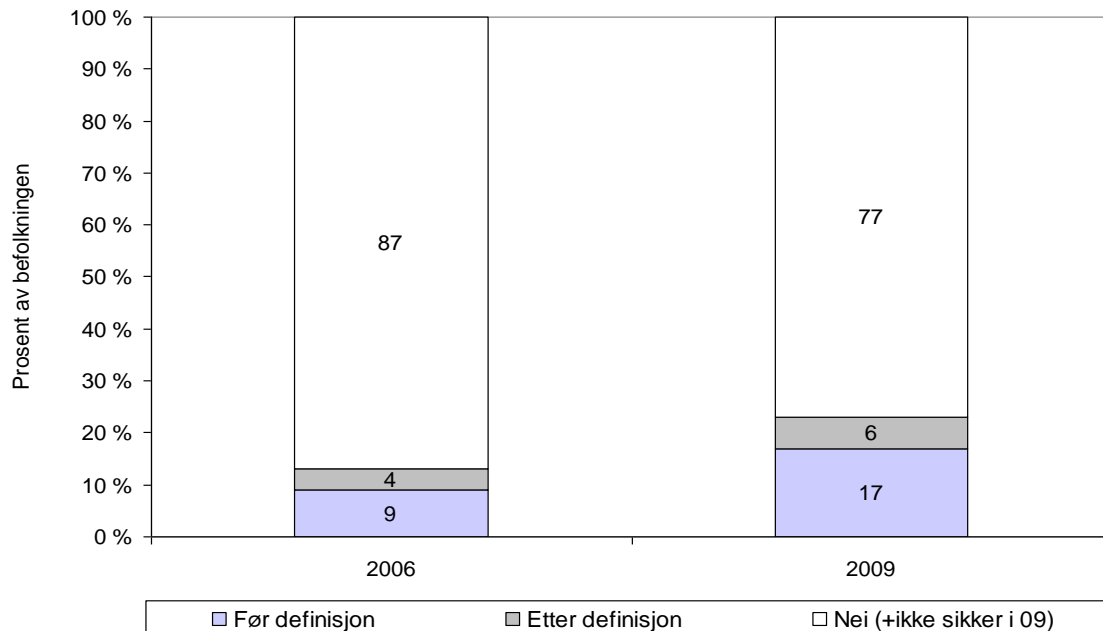


Kontantbetalig forekommer oftest

- To av ti har kjøpt arbeid mot kontant betaling uten kvittering.
- Én av ti har betalt for arbeid i bytte med egne tjenester.
- Fem av hundre betaler henholdsvis for arbeid, der deler av betalingen holdes utenfor, eller for regelmessig arbeid som ikke innrapporteres.

2. VOLUM

Svart arbeid kan være ”arbeid som du betaler for kontant uten regning eller kvittering”; ”arbeid der deler av betalingen holdes utenfor”; eller ”dersom noen jobber regelmessig for deg uten at dere oppgir betalingen til skattemyndighetene”. Ut i fra denne definisjonen, tror du at du har kjøpt svart arbeid i løpet av de siste to årene? (n 2009: 2026, n 2006:907)

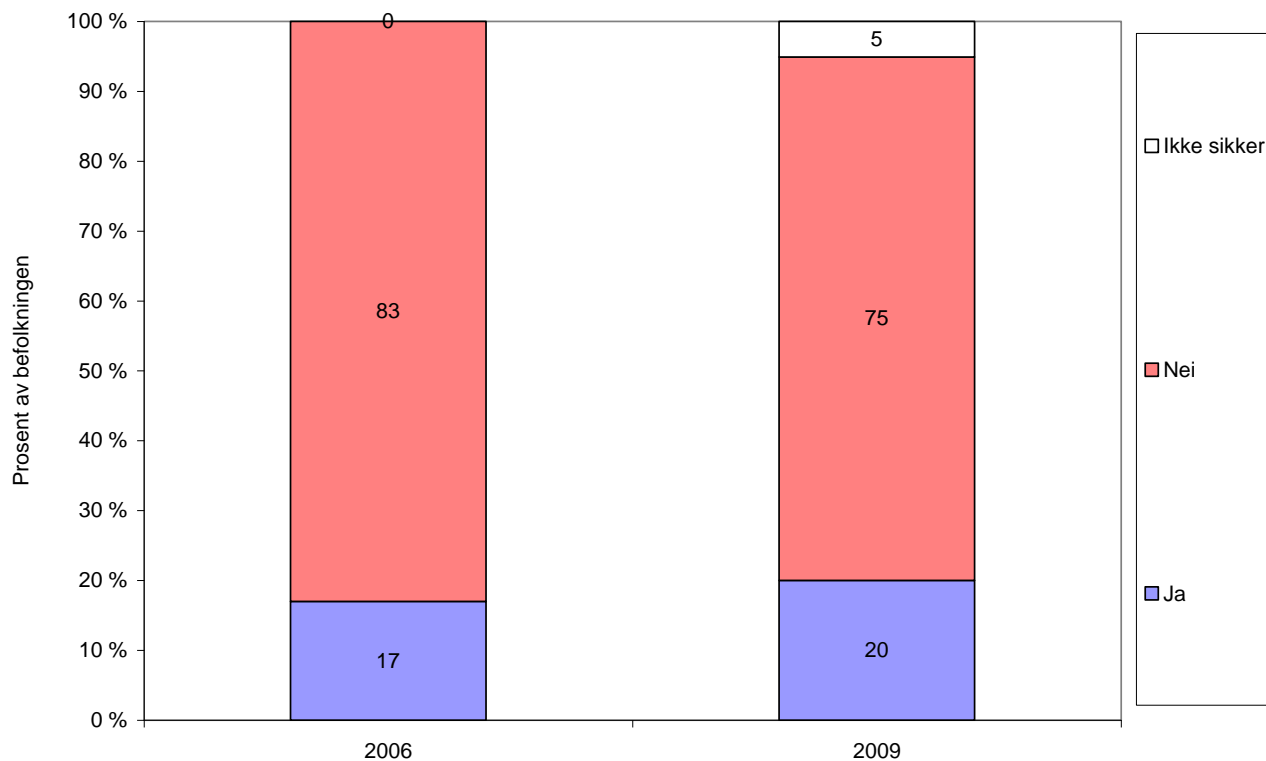


Andelen kjøpere av svart arbeid øker når tjenestene defineres

- Ikke alle forholder seg bevisst til kjøp av svart arbeid. Seks av hundre oppgir å ha kjøpt svart, etter å ha fått oppgitt eksempler på slikt arbeid, i tillegg til dem som umiddelbart oppgir å ha kjøpt det.
- I tillegg til at andelen som umiddelbart oppgir å ha kjøpt svart arbeid er høyere i 2009 enn i 2006, antydes det at også andelen ”ubevisste” kjøpere kan være noe høyre nå.

3. SANSYNLIGHET FOR KJØP

Hvis ikke kjøpt svart (etter kontrollspørsmål): Har du i løpet av de to siste årene vurdert å kjøpe svart arbeid? (n 2009: 1503, n 2006:874)



Flere ikke-kjøpere vurderer kjøp av svart arbeid

- To av ti ikke-kjøpere har vurderer å kjøpe svart.
- Andelen er om lag den samme som for tre år siden.

3. SANSYNLIGHET FOR KJØP

Kjøp av svart arbeid og vurdering av slikt kjøp (Prosent av alle: n 2009:2026)

Markedsadferd	Vurdering av svart kjøp				Sum
	Har kjøpt svart	Har vurdert svart	Ikke vurdert svart	Vet ikke	
Kjøpt svart	23				23
Ikke kjøpt svart		8	32	2	42
Ikke i markedet		5	22	2	28
Vet ikke		1	2	3	6
Sum	23	15	56	6	100

Er i markedet for svart arbeid

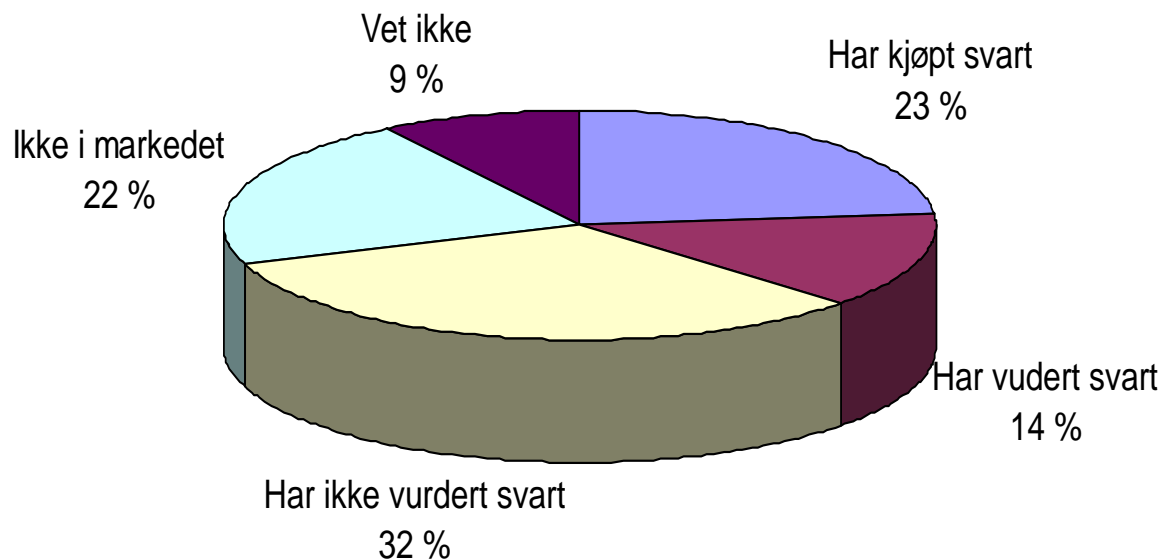
Det er flere som vurderer kjøp av svart arbeid enn som faktisk kjøper det

- Én-to av ti, vurderer kjøp av svart arbeid, i tillegg til de to av ti som faktisk har kjøpt det de siste to årene.
- Seks av ti har verken kjøpt- eller vurdert å kjøpe svart.
- Blant de som er i markedet* for kjøp av svart arbeid har 48% kjøpt- eller vurdert å kjøpe svart.

* De som ikke er i markedet er definerte ut i fra svaret "Har ikke kjøpt arbeid der svart betaling har vært aktuelt", i spørsmål om viktigste begrunnelse for ikke å kjøpe svart (se nedenfor). Prosentueringen er basert på alle.

3. SANSYNLIGHET FOR KJØP

Volumet på det svarte markedet er definisjonsavhengig (n 2009: 2026)



Tre av ti er ikke i markedet for kjøp av svart arbeid

- Andel som har kjøpt svart arbeid: 23%
- Andel kjøpere blant personer som er i markedet: 30-33%*
- Andel som har kjøpt- eller vurdert å kjøpe svart: 37%
- Andel som har kjøpt- eller vurdert å kjøpe svart blant personer som er i markedet: 48-53%*

* Laveste estimat inkluderer "vet-ikke" kategorien.

3. SANSYNLIGHET FOR KJØP

Har du i løpet av de to siste årene selv bedt om- eller fått tilbud om kjøp av svart arbeid? (n 2009: 2026)

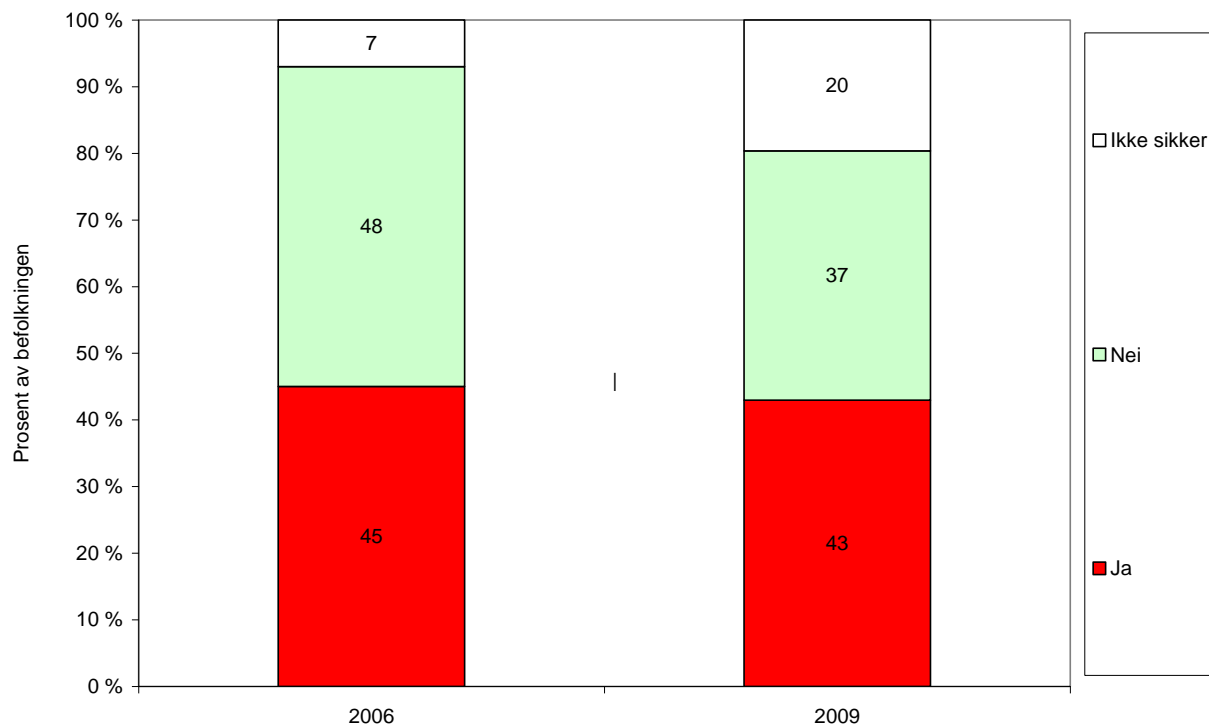
		Markederfaring					ALLE
		Har kjøpt svart	Har vudert svart	Har ikke vurdert svart	Ikke i markedet	Vet ikke	
	Ja, har selv bedt om tilbud	26	4	0	3	5	8
Har bedt om- fått tilbud	Ja, har mottatt tilbud (uten forhåndsanmodning)	32	20	11	9	15	17
	Nei	41	68	87	85	66	71
	Ikke sikker	5	8	2	5	15	5
	Sum	104	100	100	101	101	101

Det svarte markedet er både tilbuds- og etterspørselstyrt

- Én av ti ber selv om tilbud om svart arbeid, to av ti mottar det uoppfordret. Syv av ti verken anmoder- om eller mottar tilbud.
- Blant dem som har kjøpt svart arbeid, har tre av ti bedt om tilbud, mens tre av ti har mottatt tilbud uoppfordret. Fire av ti har verken bedt om- eller mottatt tilbud (noe som kan indikere at kjøpet er uformelt og gjøres uten avtale).

3. SANSYNLIGHET FOR KJØP

Kjenner du andre i din familie, kolleger, naboer, venner eller andre som i løpet av de to siste årene har kjøpt svart arbeid? (n 2009: 2022, n 2006:1000)

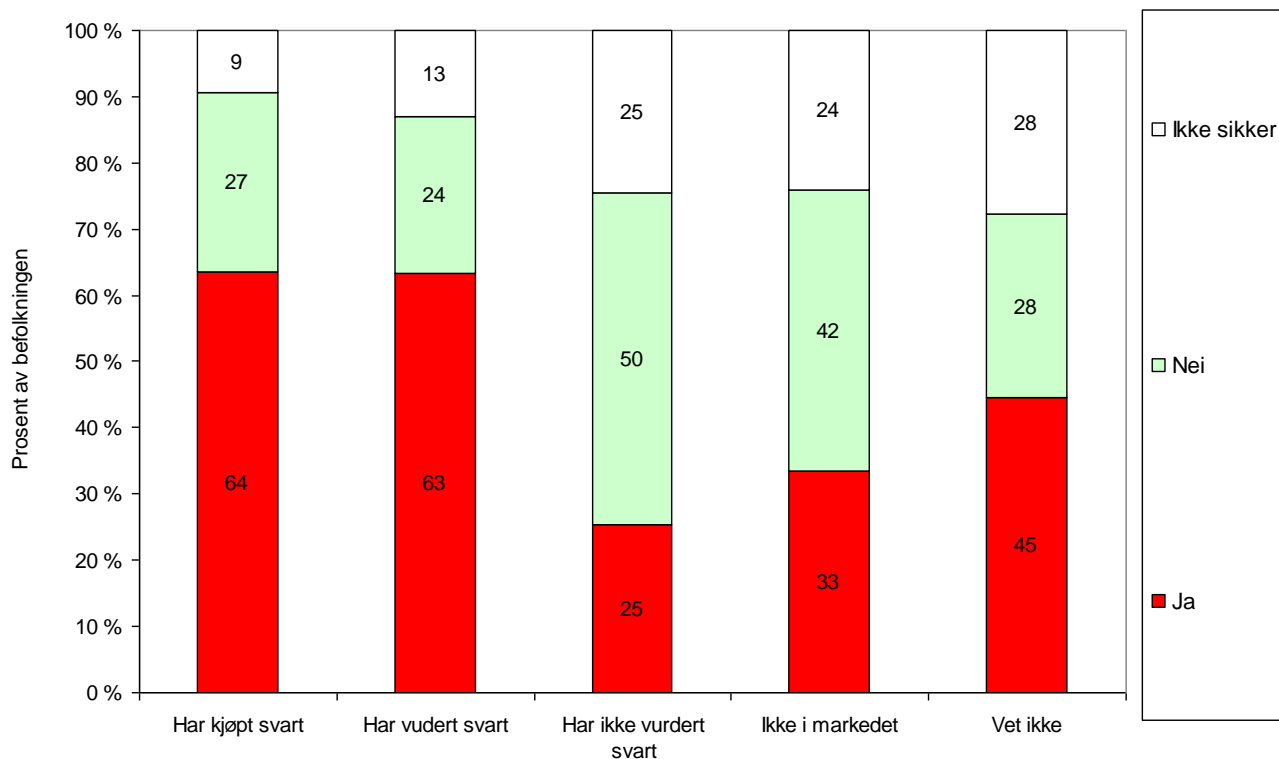


Mange har bekjente som kjøper svart

- Fire av ti har bekjente som har kjøpt svart arbeid. To av ti er usikre.
- Andelen med bekjente kjøpere er den samme som for tre år siden.

3. SANSYNLIGHET FOR KJØP

Kjenner du andre i din familie, kolleger, naboer, venner eller andre som i løpet av de to siste årene har kjøpt svart arbeid? (n 2009: 2026)

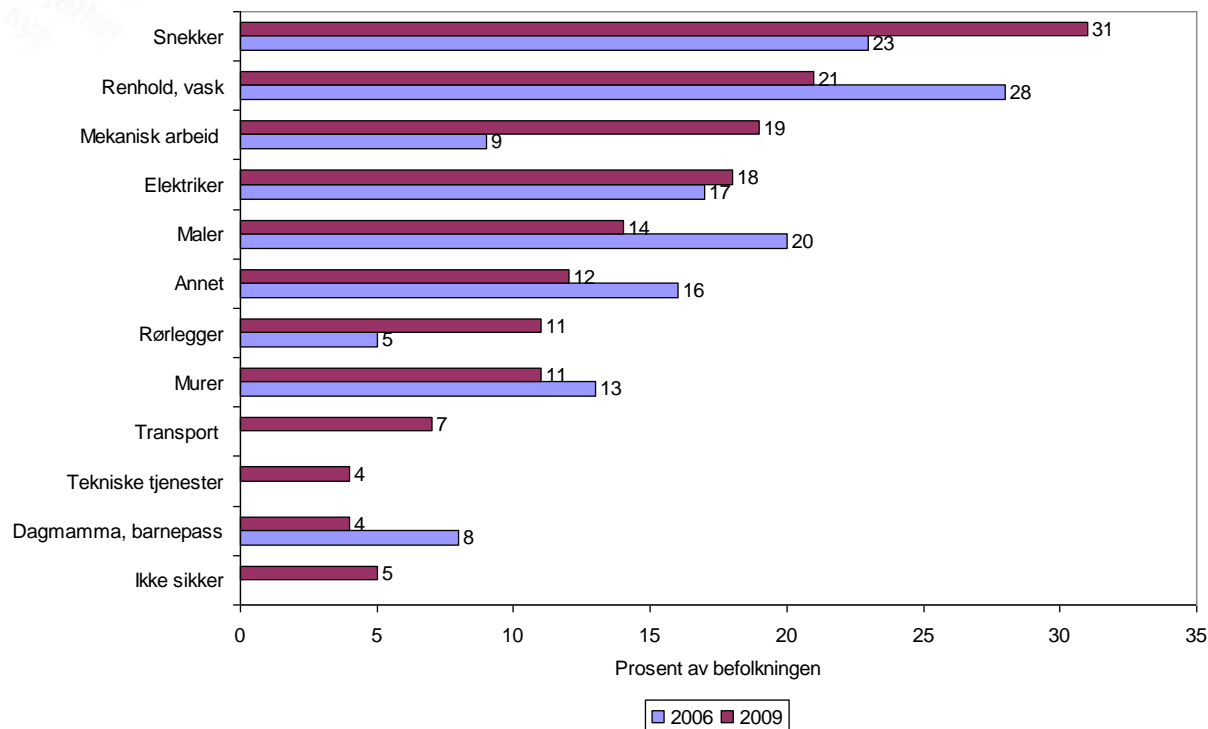


Kjøpere av svart arbeid har ofte kjente som gjør det samme

- Seks av ti som har kjøpt- eller har vurdert å kjøpe svart, har kjente som gjør det samme.
- Blant dem som ikke har vurdert svart er andelen to-tre av ti.

4. TYPE ARBEID OMSATT*

Hvilke typer arbeid har du kjøpt svart de to siste årene? (n 2009: 469, n 2006:126)



Håndverkstjenester og renhold hyppigst kjøpt

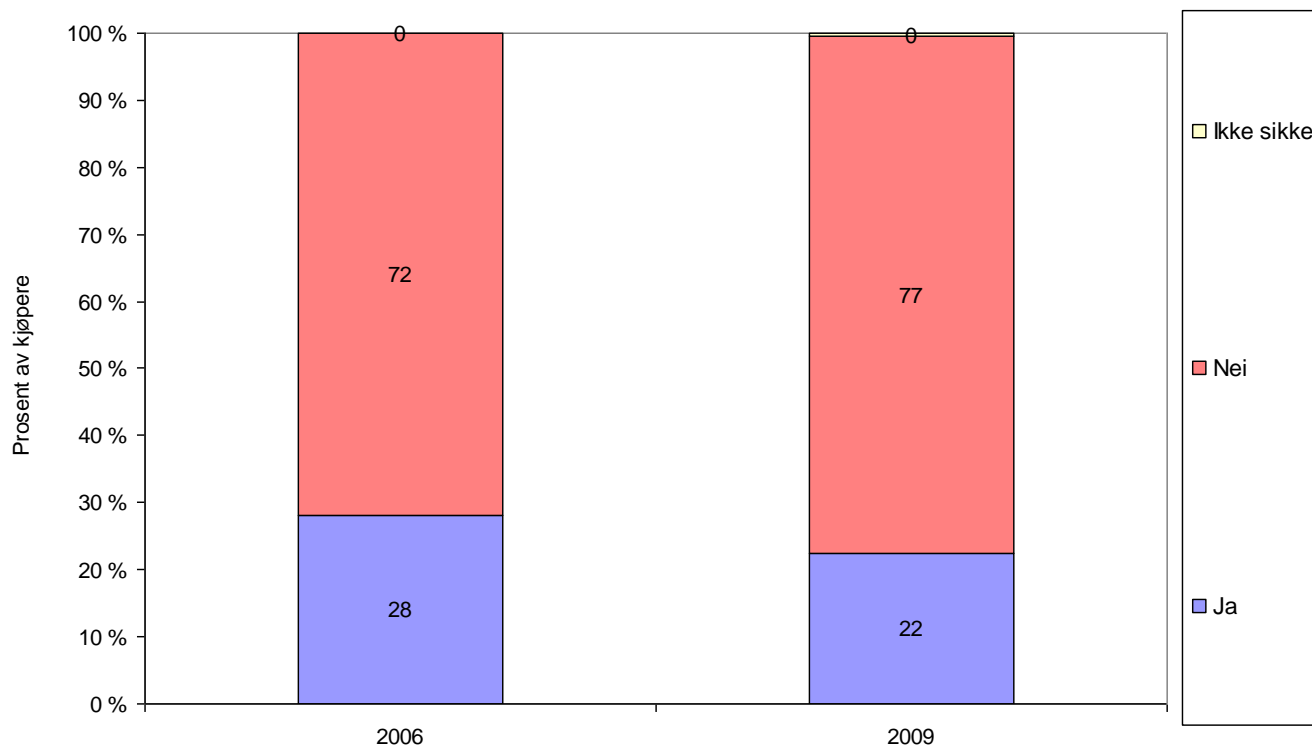
- Tre av ti kjøpere av svart arbeid har benyttet snekker, mens to av ti har benyttet henholdsvis renholdstjenester, mekanisk arbeid (bilreparasjon etc.) eller elektriker. De færreste kjøper transport, tekniske tjenester eller barnepass.
- Kjøpsmønsteret er gjennomgående de samme nå som for tre år siden (Transport- og tekniske tjenester var ikke inkluderte i 2006).

* Spørsmålene i avsnitt 4-6 er kun stilt til dem som oppgir at de har kjøpt svart arbeid (n=469). Sammenlikningstallene for 2006 er beheftet med betydelig usikkerhet (n=126).

4. TYPE ARBEID OMSATT

Har du kjøpt svart arbeid av *utlendinger* i løpet av de to siste årene?

(Hvis kjøpt svart: n 2009: 466, n 2006:126)

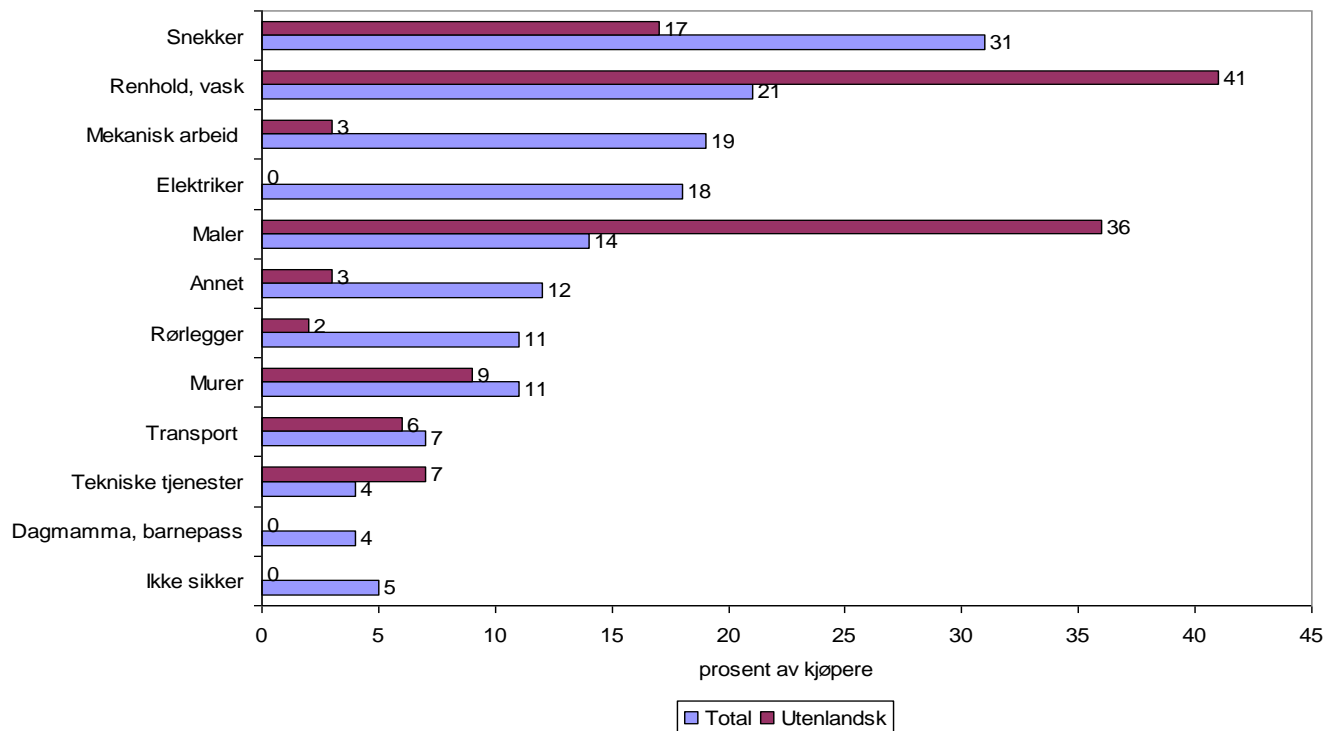


De fleste kjøper norsk

- To av ti kjøpere av svart arbeid benytter utenlandsk leverandør.
- Andelen er om lag den samme i 2009 som i 2006.

4. TYPE ARBEID OMSATT

Kjøpt svart av utlendinger: Hvilke type arbeid har du kjøpt svart av utlendinger de to siste årene? (n 2009: 100)



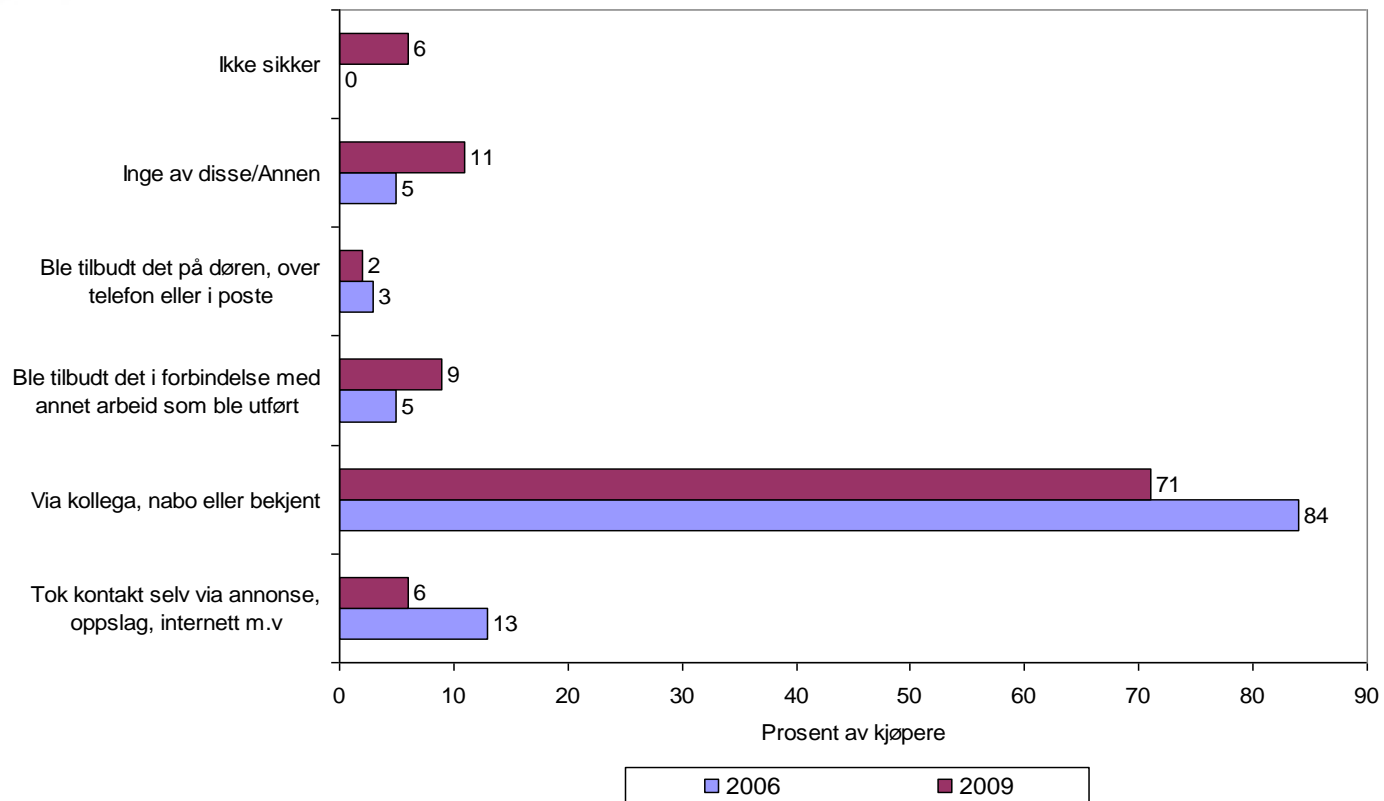
Renhold og maling dominerer det utenlandske markedet

- Fire av ti kjøpere av utenlandsk svart arbeid har kjøpt renhold. Om lag den samme andelen har benyttet utenlandsk maler.
- Utlendinger benyttes ikke til barnepass og elektriske tjenester.

5. OPPGJØRET

På hvilke(n) måte(r) kom du i kontakt med dem som tilbød svart arbeid?

(n 2009: 469, n 2006:126)

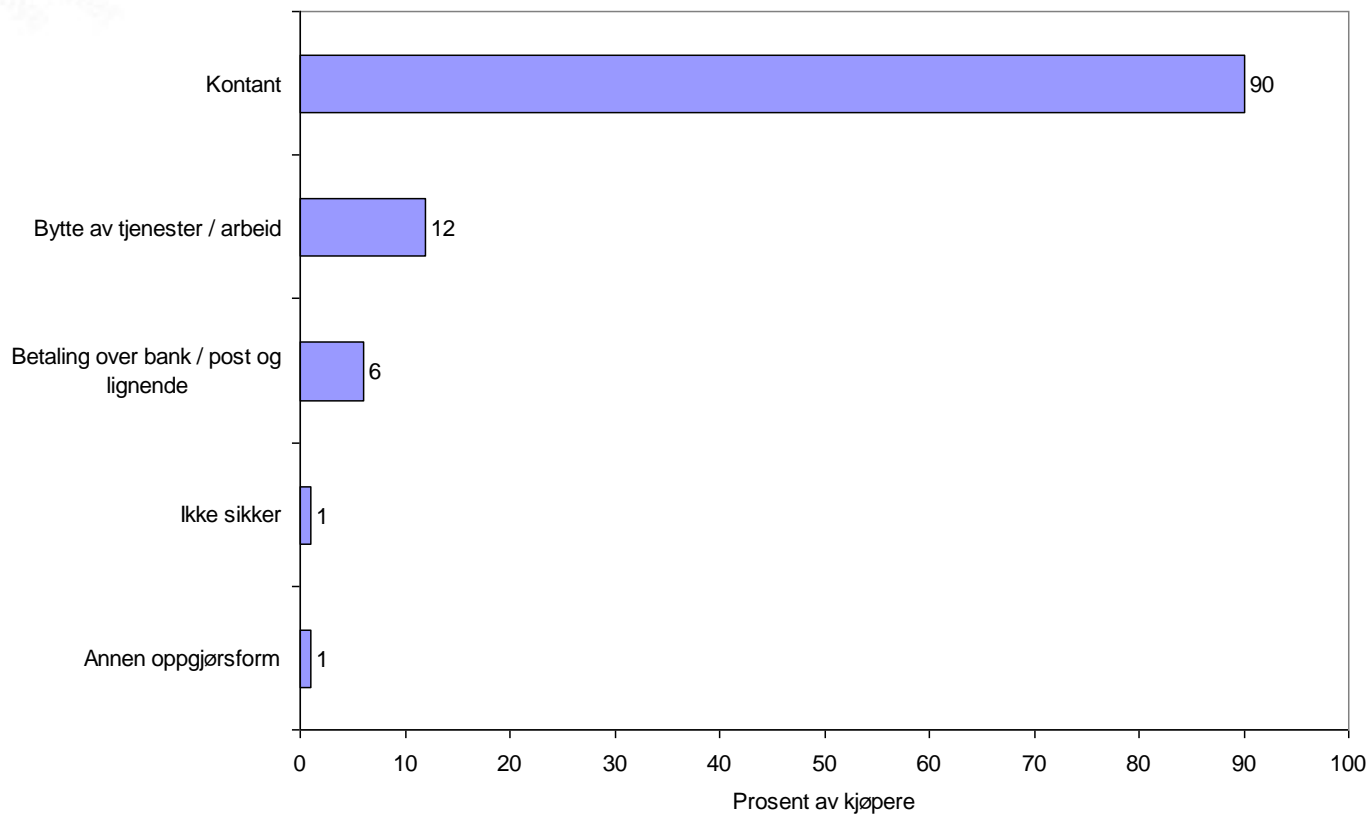


Svart arbeid formidles gjennom venner og kjente

- Åtte av ti har kommet i kontakt med tilbydere av svart arbeid gjennom kolleger, naboer eller kjente.
- Formidlingen skjer på samme måte som i 2006.

5. OPPGJØRET

Hvordan skjedde oppgjøret av den svarte betalingen? (n 2009: 467)



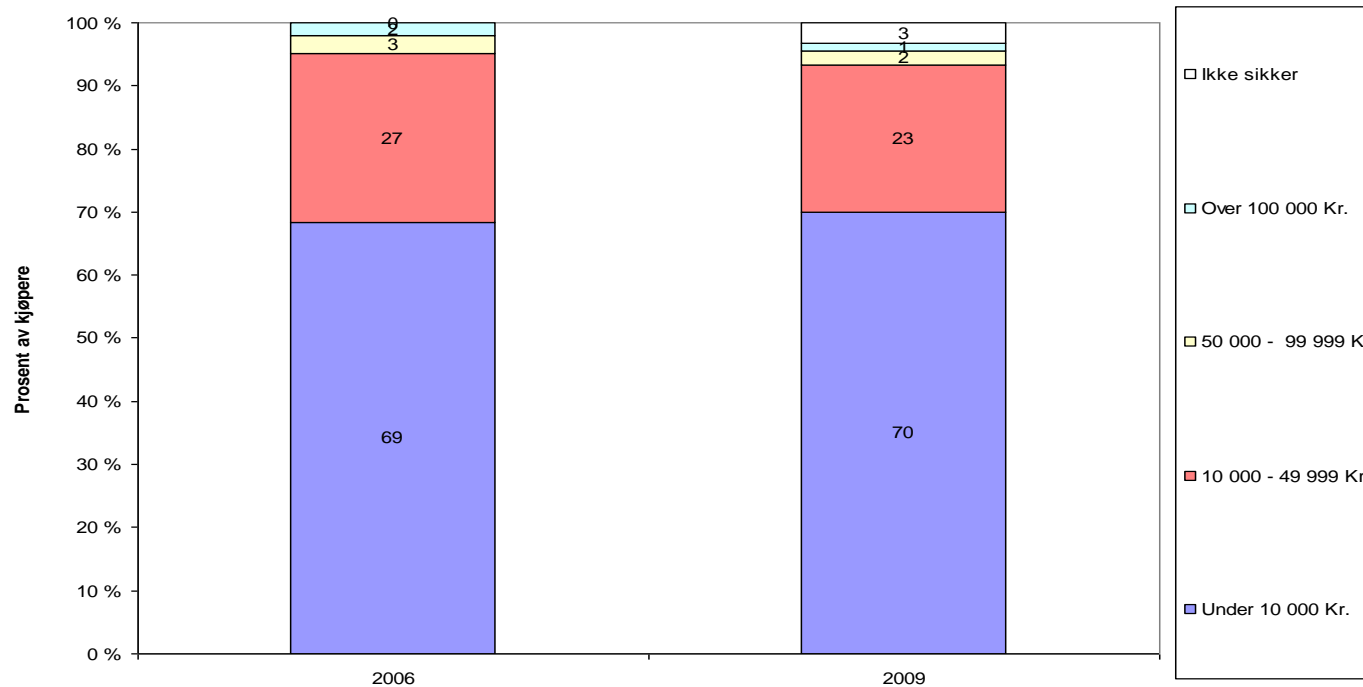
Svart arbeid betales kontant

- Ni av ti kjøpere av svart arbeid betaler kontant. Én av ti utveksler arbeid eller tjenester.
- Seks av hundre betaler via formidlingstjenester (og er dermed sporbart).

5. OPPGJØRET

Kan du anslå hvor mye du i løpet av de to siste årene har brukt på svart arbeid?

(n 2009: 467, n 2006:126)

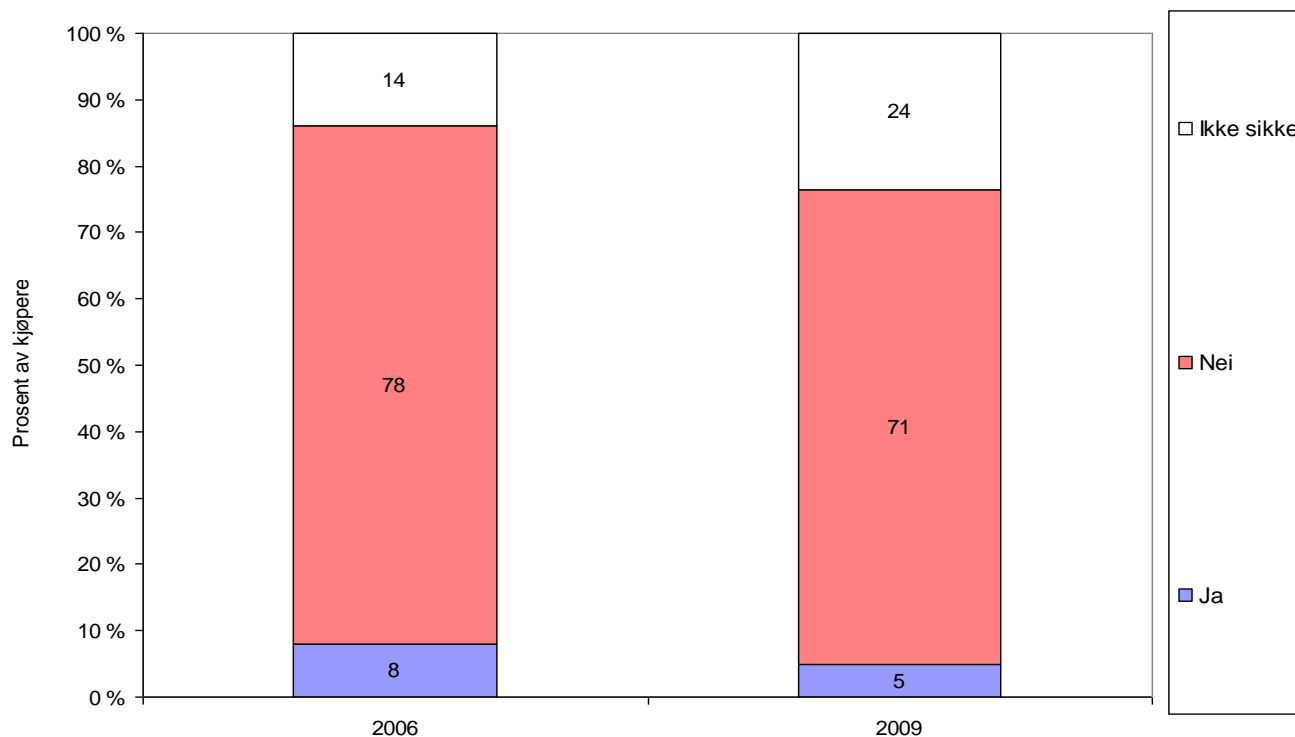


Det svarte arbeidet består av ”småjobber”

- Syv av ti kjøpere av svart arbeid har brukt mindre enn 10.000 kroner på dette i løpet av de to siste årene Et fåtall har brukt mer enn 50.000 kroner.
- Kostnadsbildet er det samme nå som i 2006.

5. OPPGJØRET

Har noen av personene du har kjøpt svart arbeid fra i løpet av de to siste årene, mottatt trygd mens de arbeidet for deg? (n 2009: 467, n 2006:126)



De færreste selgere av svart arbeid er trygdede

- Fem av hundre har kjøpt svart arbeid av personer på trygd. To av ti er "ikke sikre".
- Kjøpsmønsteret har endret seg lite siden 2006.

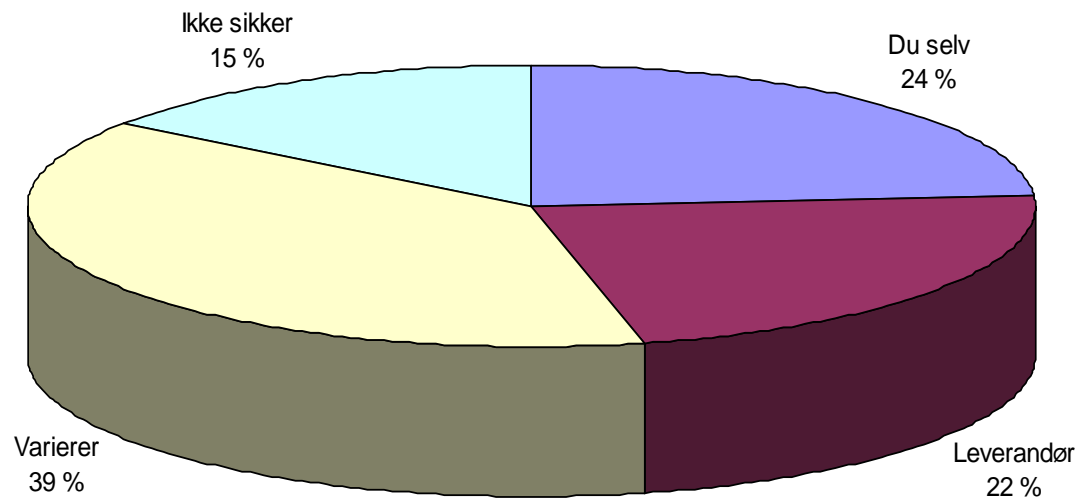


DEL III

- KJØPSMOTIVASJON

6. BEGRUNNELSE FOR Å KJØPE SVART

Hvem tar vanligvis initiativ til at betalingen skal være svart? (n 2009: 467)



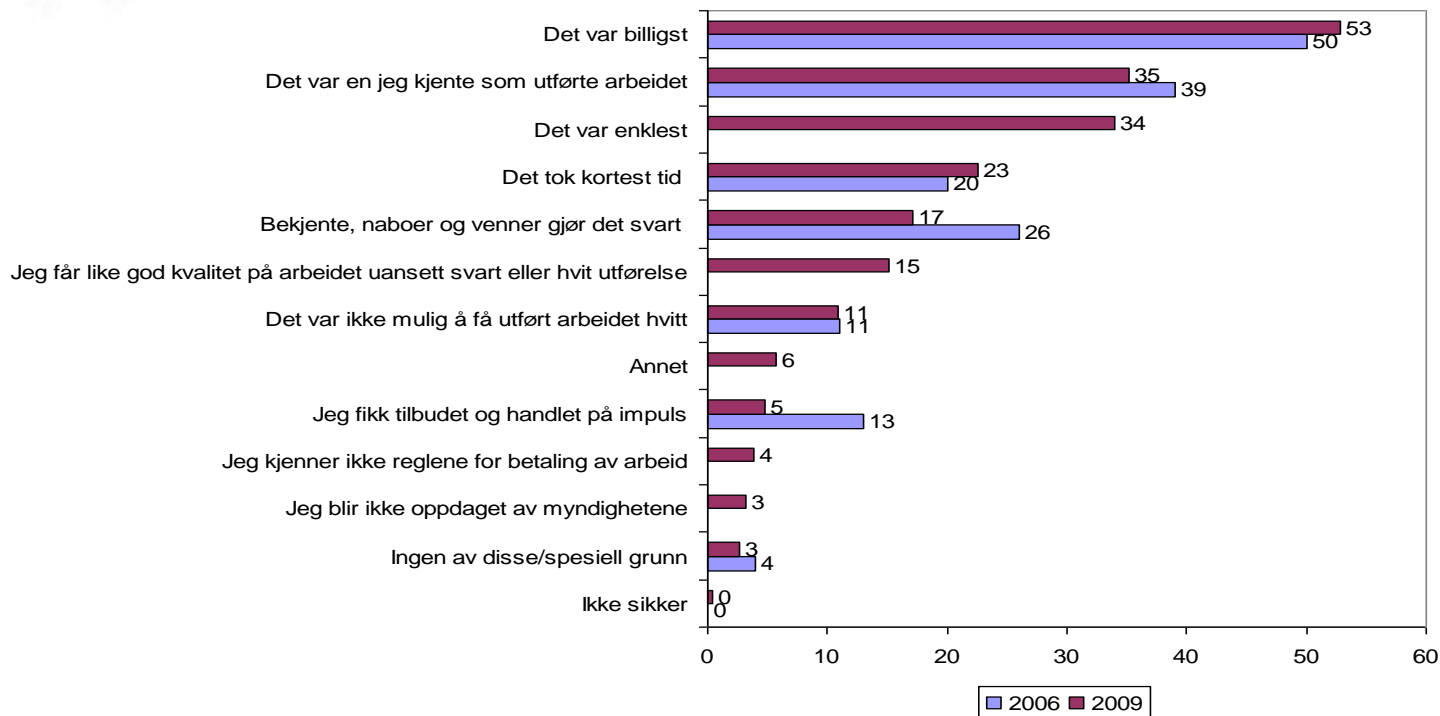
Initiativet til betalingsmåte varierer

- I to av ti tilfeller er initiativet til at betalingen skal være svart tatt av henholdsvis kjøper eller selger.
- For fire av ti er initiativet varierende

6. BEGRUNNELSE FOR Å KJØPE SVART

Hva er de(n) viktigste begrunnelsen(e) for at du kjøpte svart arbeid?

(n 2009: 467, n 2006:126)

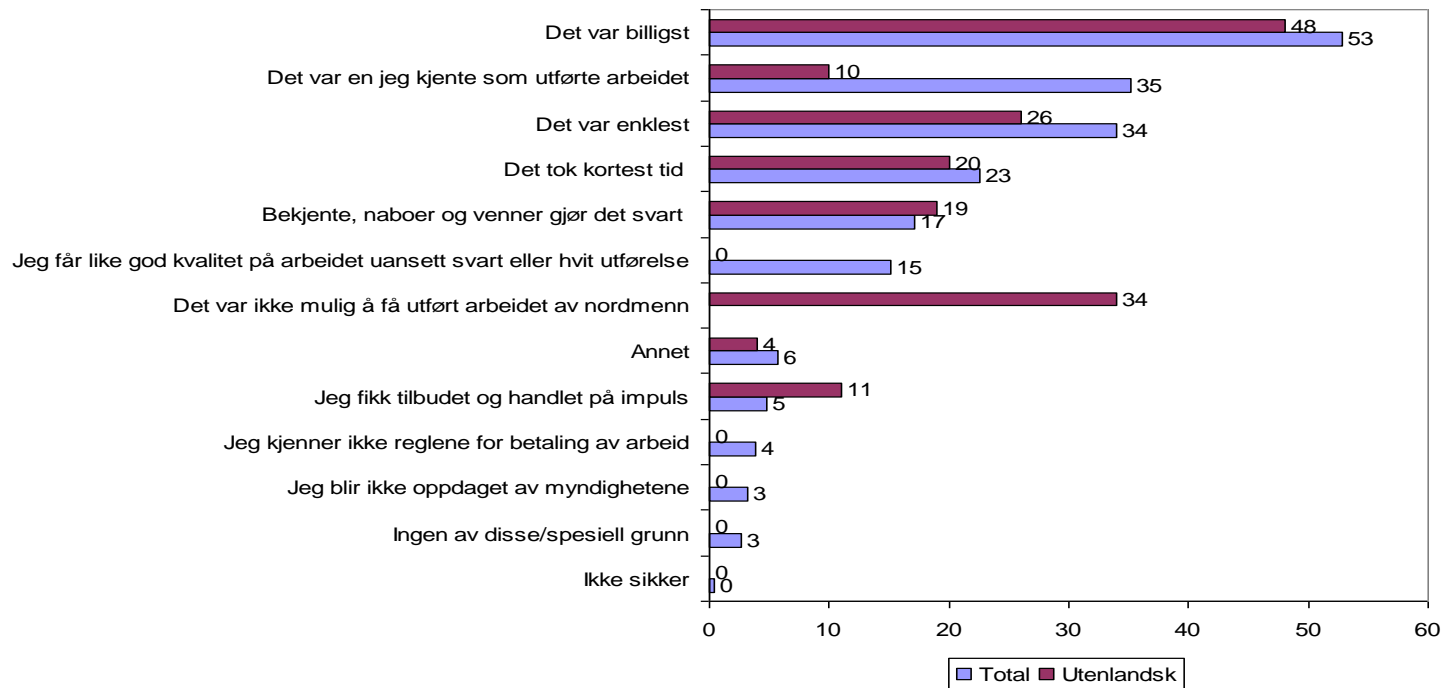


Pris og lettvinthet begrunner ofte avgjørelsen om å kjøpe svart

- Halvparten av kjøperne begrunner kjøpet med pris, tre-fire av ti med at det var enkelt eller ble utført av en bekjent.
- Manglende kunnskap om regelverket eller frykt for å bli avslørt nevnes i liten grad.
- Begrunnelsene er de samme nå som i 2006.

6. BEGRUNNELSE FOR Å KJØPE SVART

Hvis kjøpt utenlandsk: Du har kjøpt svart arbeid av utlendinger. Hvorfor valgte du å kjøpe utenlandsk arbeidskraft fremfor norsk? (n 2009:100)

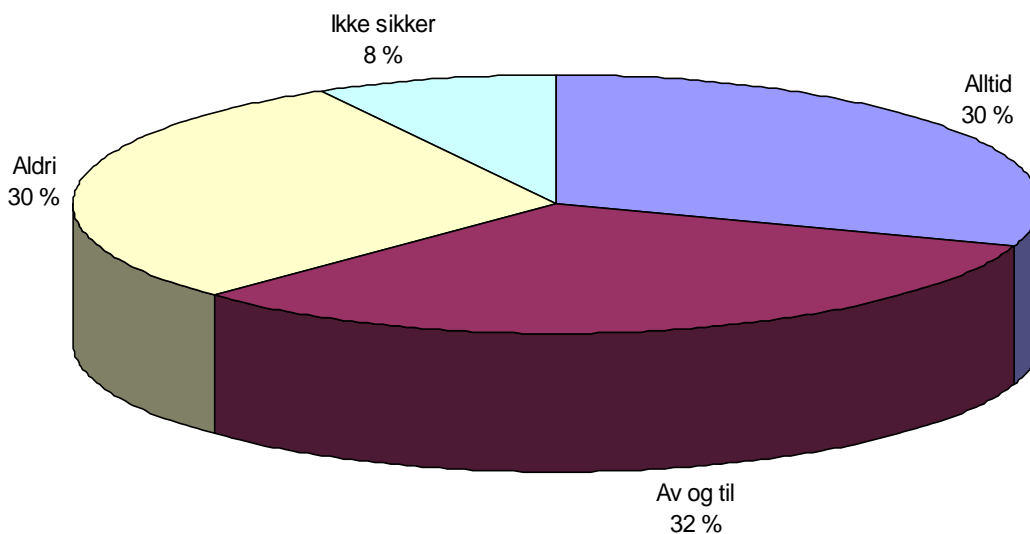


Pris og tilgjengelighet bestemmer kjøp av utenlandsk arbeidskraft

- Pris og enkelhet nevnes hyppig som begrunnelse for kjøp av utenlandsk arbeid, på samme måte som for kjøp fra nordmenn.
- Utlendingene er (naturlig nok) i mindre grad bekjente, og benyttes ofte fordi norsk arbeidskraft ikke er tilgjengelig.

6. BEGRUNNELSE FOR Å KJØPE SVART

Når du kjøper svart arbeid, hvor ofte sjekker du da prisen på tilsvarende hvitt arbeid? (n 2009: 467)

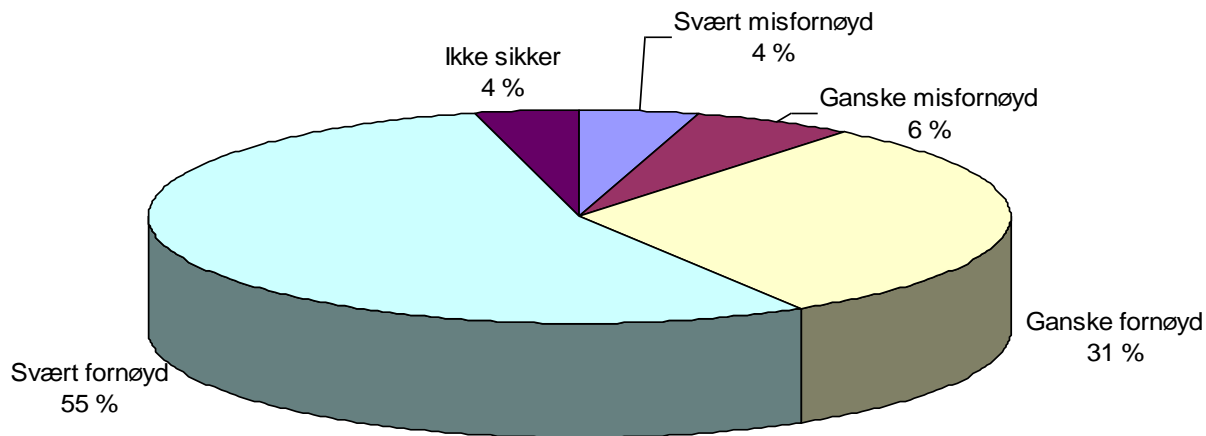


De færreste sjekker alternativ pris på hvitt arbeid

- Tre av ti sjekker alltid prisen på tilsvarende hvitt arbeid før de kjøper.
- Tre av ti sjekker de hvite prisene fra tid til annen, mens tre av ti går rett på den svarte tilbyderen (I noen tilfeller vil man kunne ha generell markeds kunnskap uten nødvendigvis å sjekke på forhånd).
- I 2006 oppgav 32% at de sjekket den hvite prisen siste gang de kjøpte svart arbeid (ikke vist).

6. BEGRUNNELSE FOR Å KJØPE SVART

Hvor fornøyd eller misfornøyd er du generelt sett med ditt kjøp av svart arbeid? (n 2009: 467)

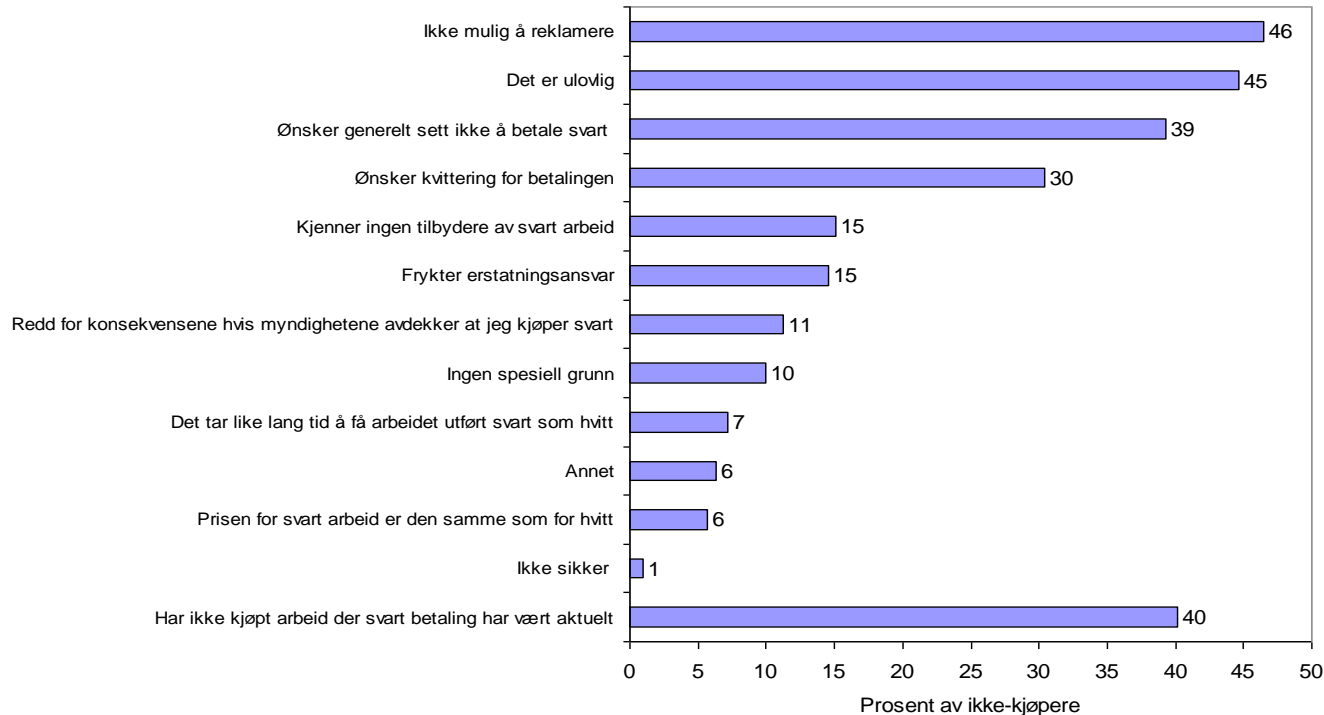


Kjøpere av svart arbeide er tilfredse med jobben

- Åtte-ni av ti kjøpere av svart arbeid er tilfredse med jobben – tre av ti er "svært tilfredse".

6. BEGRUNNELSE FOR IKKE Å KJØPE SVART

Ikke kjøpt svart: Hva er de viktigste begrunnelsene for at du *ikke* har kjøpt svart arbeid de to siste årene? (n 2009: 1504)

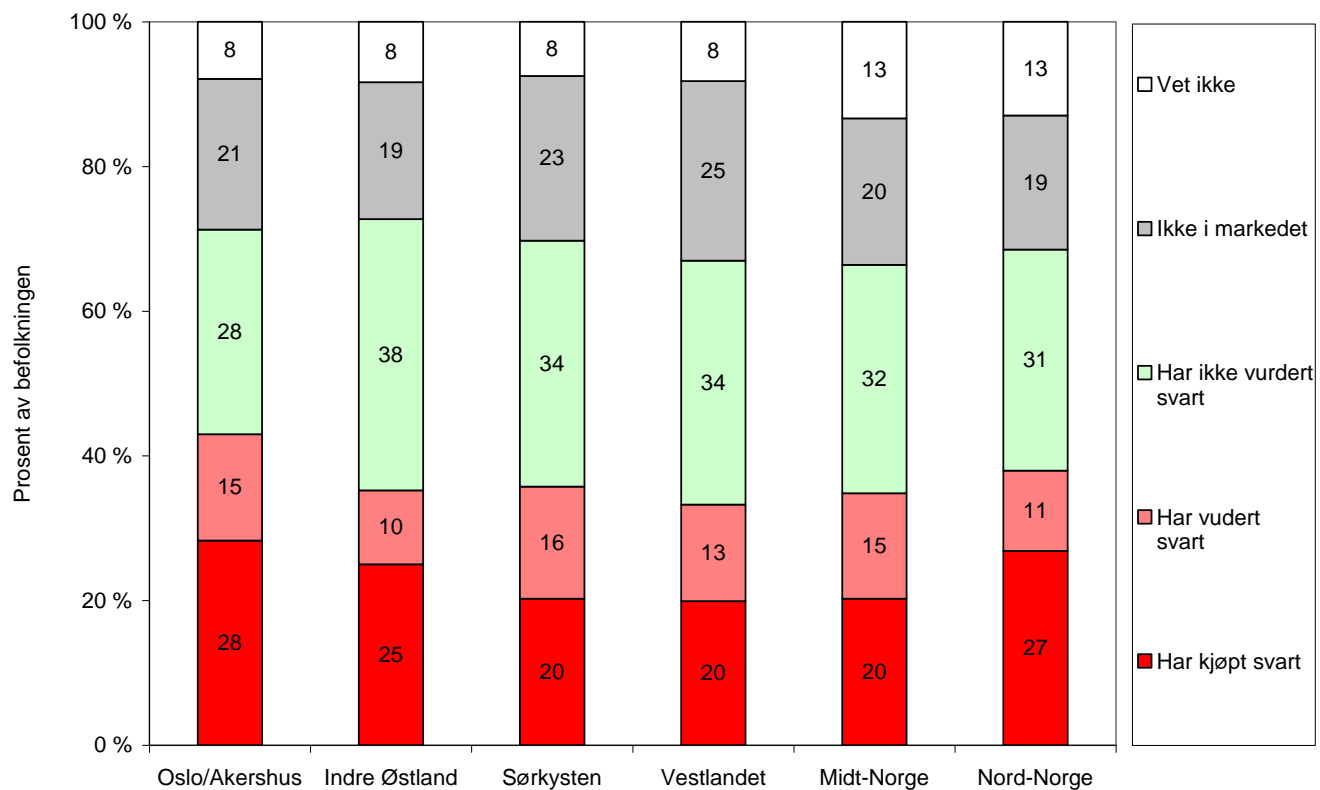


Prinsippfasthet og reklamasjonsmulighet begrunner ofte kjøp av hvitt arbeid

- Fire-fem av ti, som ikke kjøper svart arbeid, begrunner dette med at det er "riktig", at man generelt sett ikke ønsker å kjøpe svart eller at det ikke gir reklamasjonsadgang. Tilsvarende ønsker tre av ti å få kvittering.
- Fire av ti er generelt sett ikke i markedet for kjøp av svart arbeid.

7. HVEM KJØPER SVART?

Markedsadferd og region (n 2009: 2026)

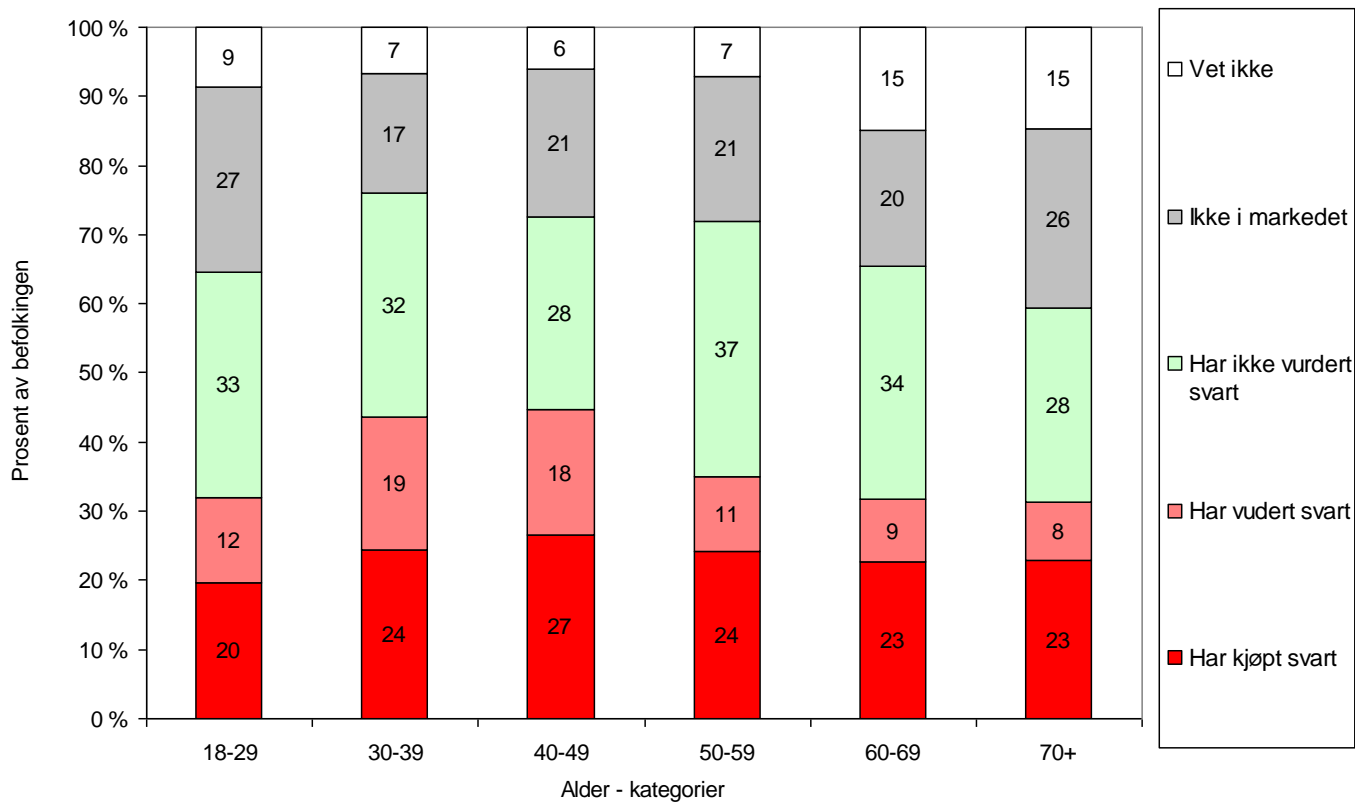


Små geografiske variasjoner

- Erfaringene med kjøp av svart arbeid er gjennomgående like på tvers av landet.

7. HVEM KJØPER SVART?

Markedsadferd og alder (n 2009: 2026)

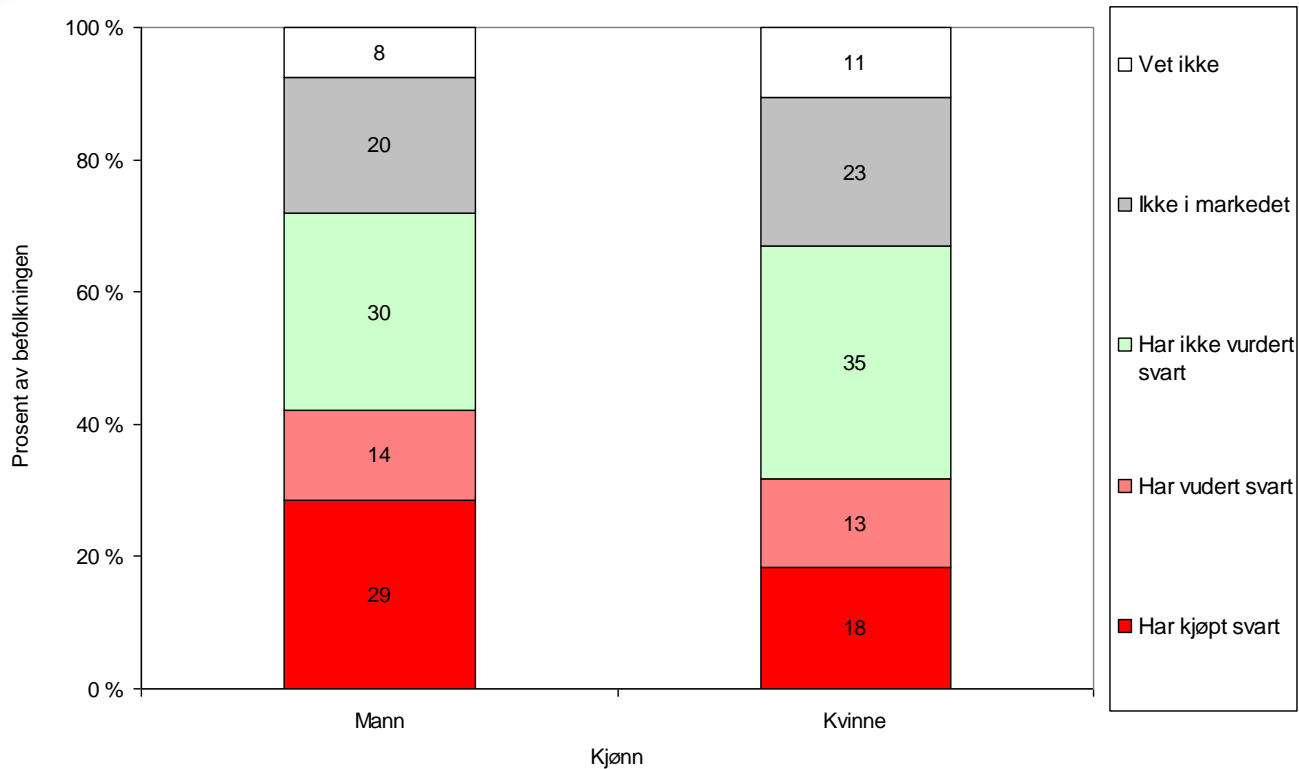


Svart arbeid kjøpes av gamle og unge

- Det antydes en topp i andelen kjøpere rundt 40-49 års alder, men variasjonene mellom aldersgruppene er små.

7. HVEM KJØPER SVART?

Markedsadferd og kjønn (n 2009: 2026)

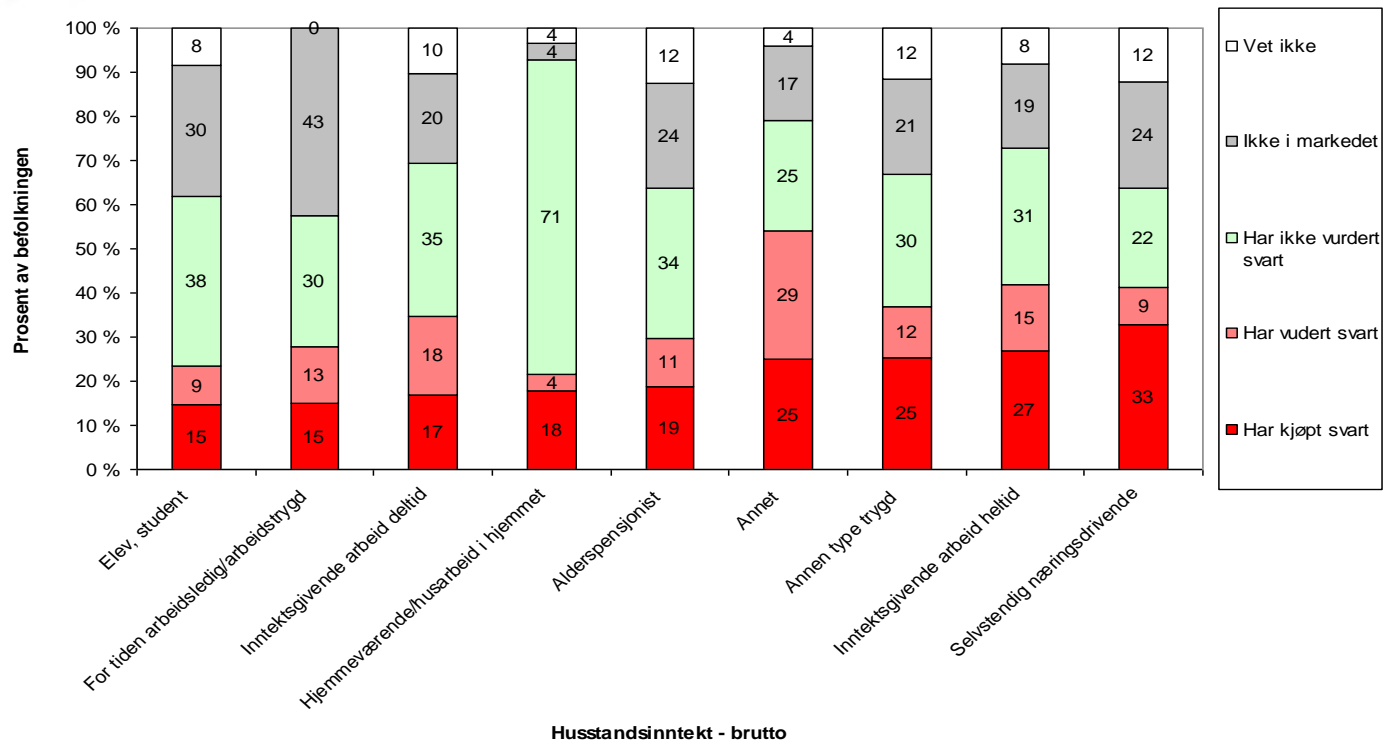


Menn kjøper svart i noe større grad enn kvinner

- Tre av ti menn kjøper svart, mot to av ti kvinner. Likheten mellom kjønnene er større enn forskjellene.

7. HVEM KJØPER SVART?

Markedsadferd og hovedaktivitet (n 2009: 2024)

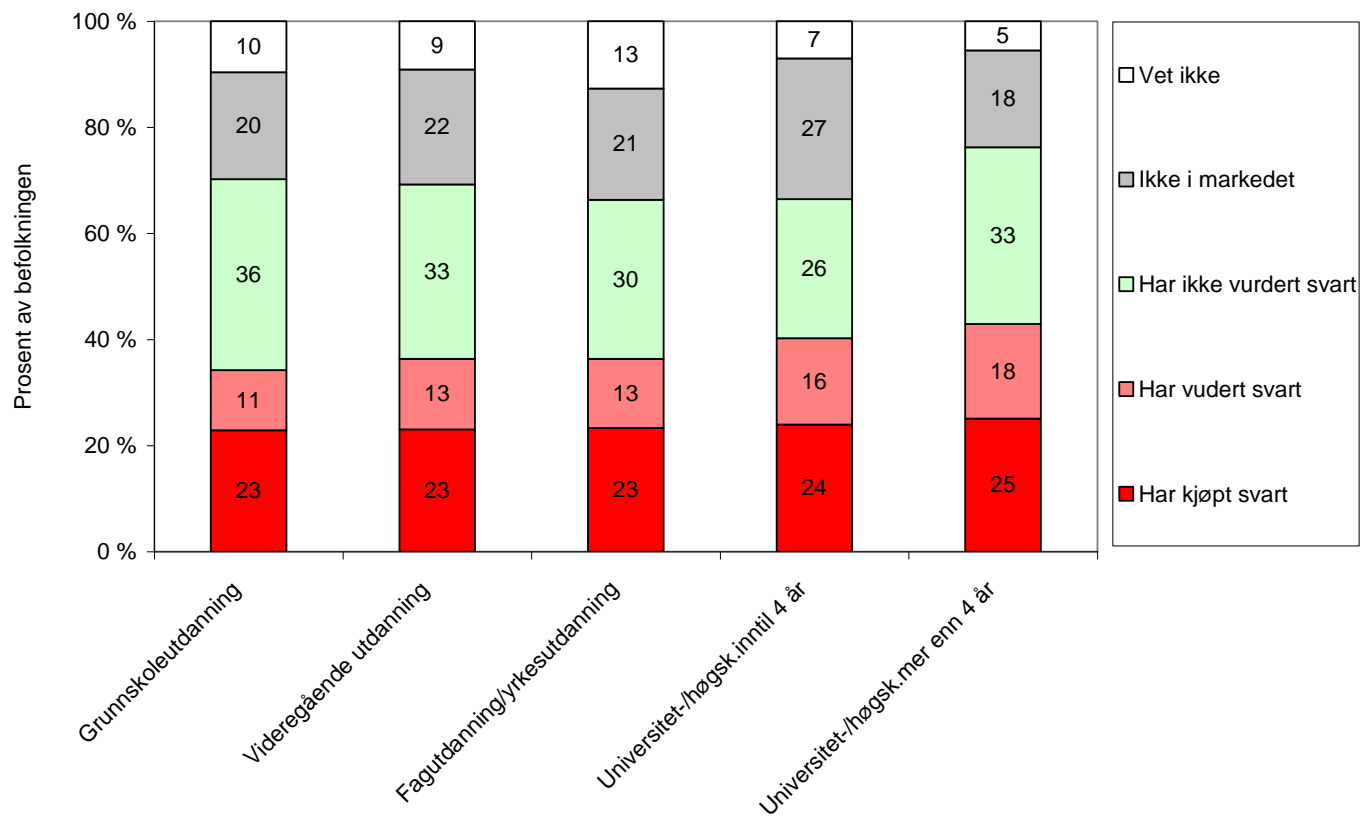


Små variasjoner etter hovedaktivitet

- Kjøp av svart arbeid er mest utbredt blant selvstendig næringsdrivende, og minst blant studenter. Man variasjonene er ellers relativt små.
- Studenter, arbeidsledige og deltidsarbeidende er i mindre grad i markedet for slikt arbeid enn de øvrige.

7. HVEM KJØPER SVART?

Markedsadferd og utdanningsnivå (n 2009: 2024)

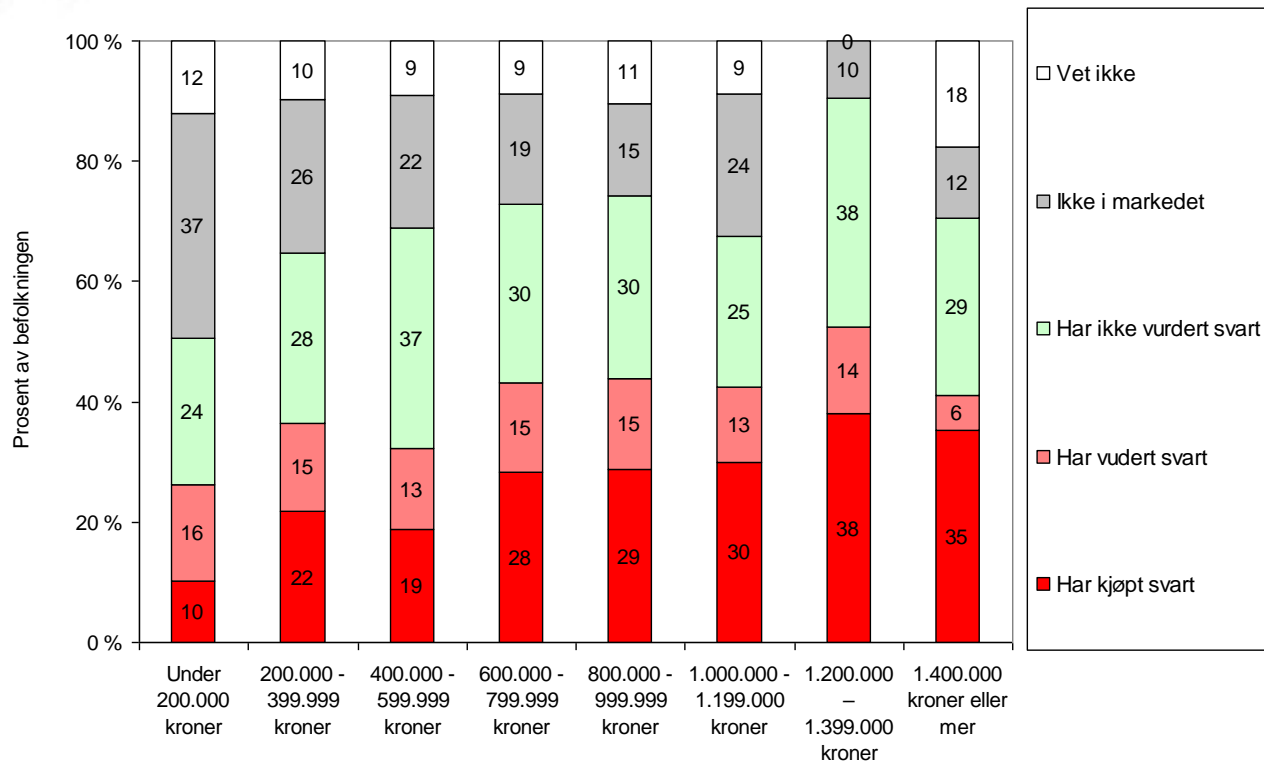


Små variasjoner etter utdanningsnivå

- Markedsorienteringen er den samme, uavhengig av utdanningens lengde.

7. HVEM KJØPER SVART?

Markedsadferd og (brutto) husstandsinnkomst (n 2009: 2014)



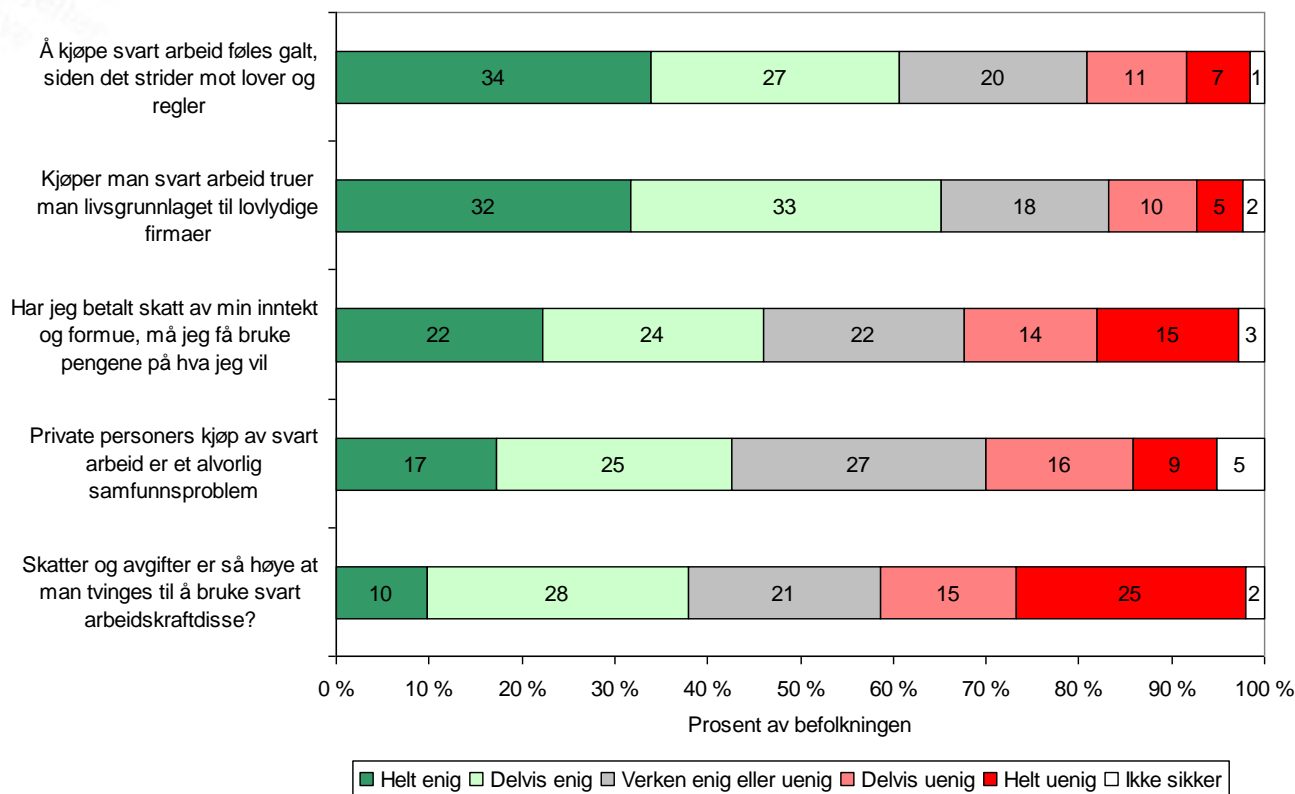
Stigende andel svarte kjøp med stigende inntekt

- Kjøp av svart arbeid er mest utbredt blant selvstendig næringsdrivende, og minst blant studenter. Man variasjonene er ellers relativt små.*
- Studenter, arbeidsledige og deltidsarbeidende er i mindre grad i markedet for slikt arbeid enn de øvrige.

* Merk: lite antall respondenter for enkelte bakgrunnskjennetegn. Dette gjelder også de følgende demografiske nedbrytningene.

8. HOLDNINGER OG VERDIER

”RETTFERDIGHET” (n 2009: 2007-2012)

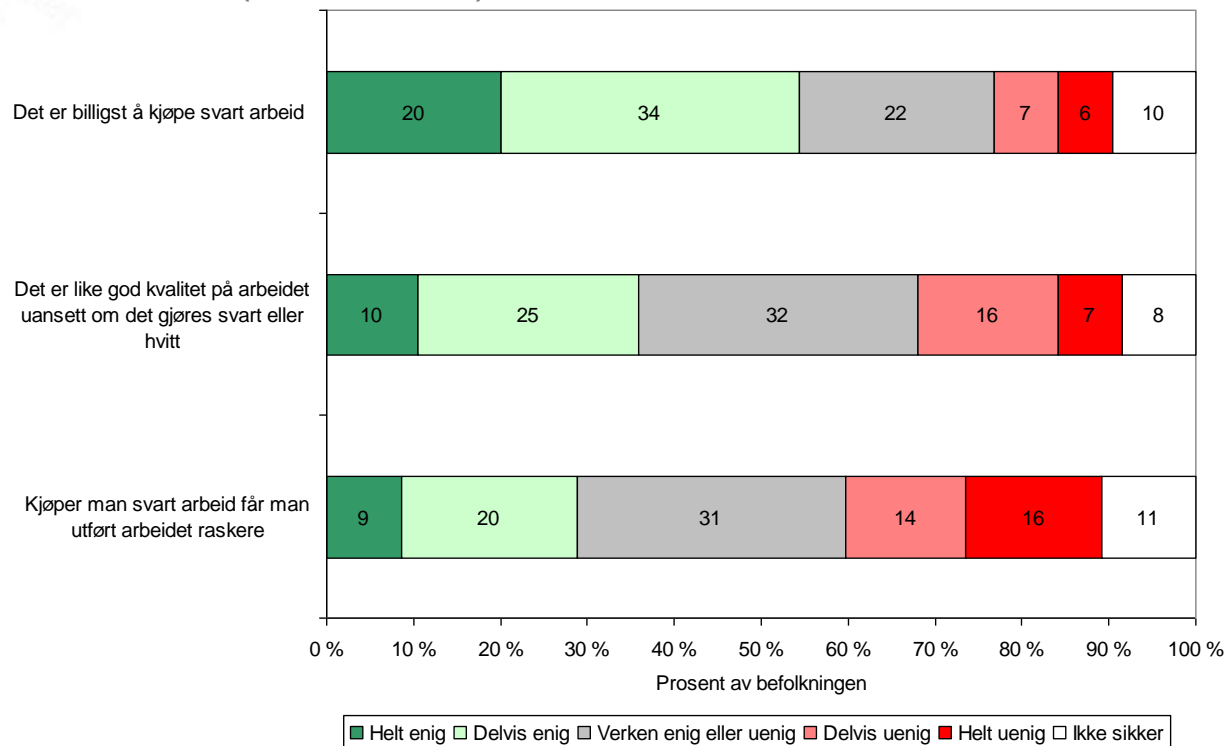


Variierende oppfatninger omkring rettferdighetsaspektet

- Seks av ti er enige i at det er galt å kjøpe svart arbeid, og man ved slikt kjøp truer livsgrunnlaget til lovlidige firmaer.
- Meningene er delte i forhold til at man bør kunne bruke pengene til hva man vil, så lenge de er beskattet, og i forhold til hvorvidt kjøp av svart arbeid er et samfunnsproblem.
- Fire av ti er uenige i at skattenivået tvinger folk til å bruke svart arbeidskraft.

8. HOLDNINGER OG VERDIER

”ENKELHET” (n 2009: 2007-2012)

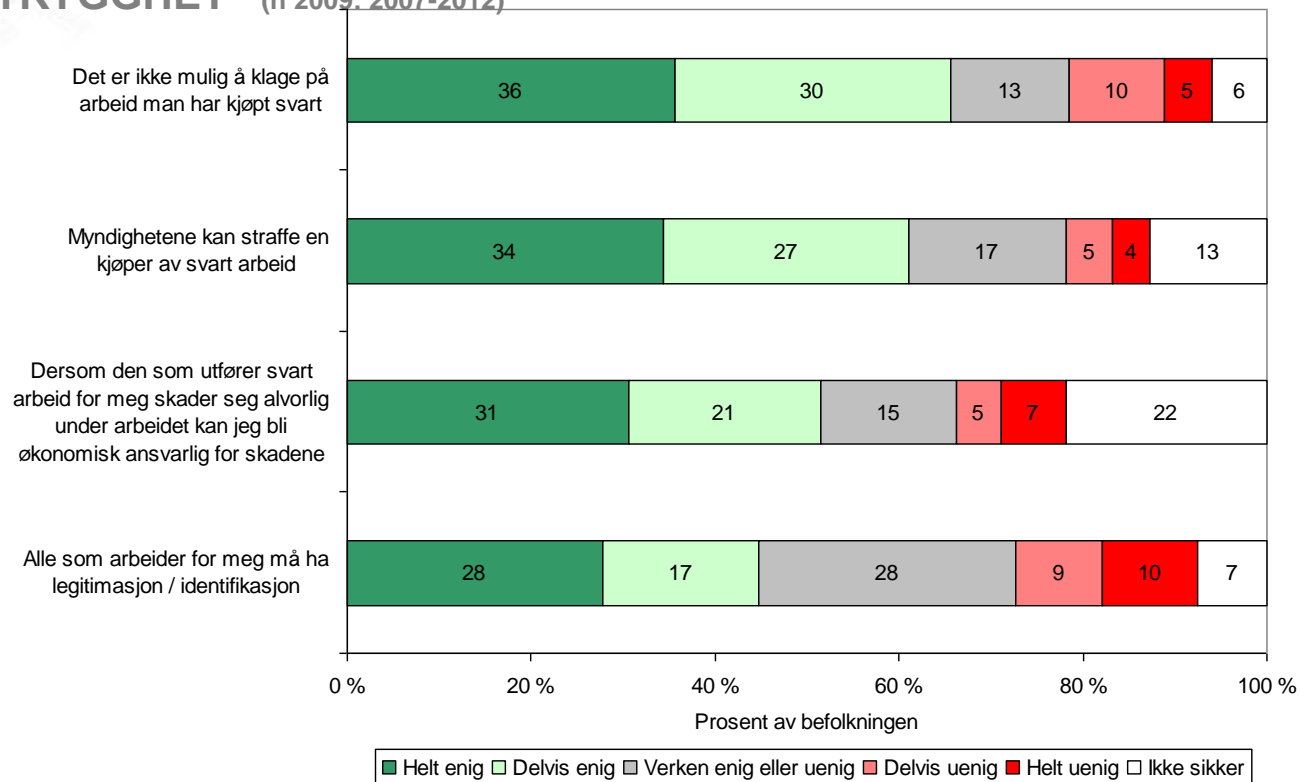


Svart er billig men ikke nødvendigvis bedre og raskere utført

- Halvparten er enige i at svart arbeid er billigst.
- Fire av ti mener kvaliteten er like god som på hvitt.
- Tre av ti mener svart arbeid gjennomføres raskest.
- To-tre av ti tar ikke stilling.

8. HOLDNINGER OG VERDIER

”TRYGGHET” (n 2009: 2007-2012)

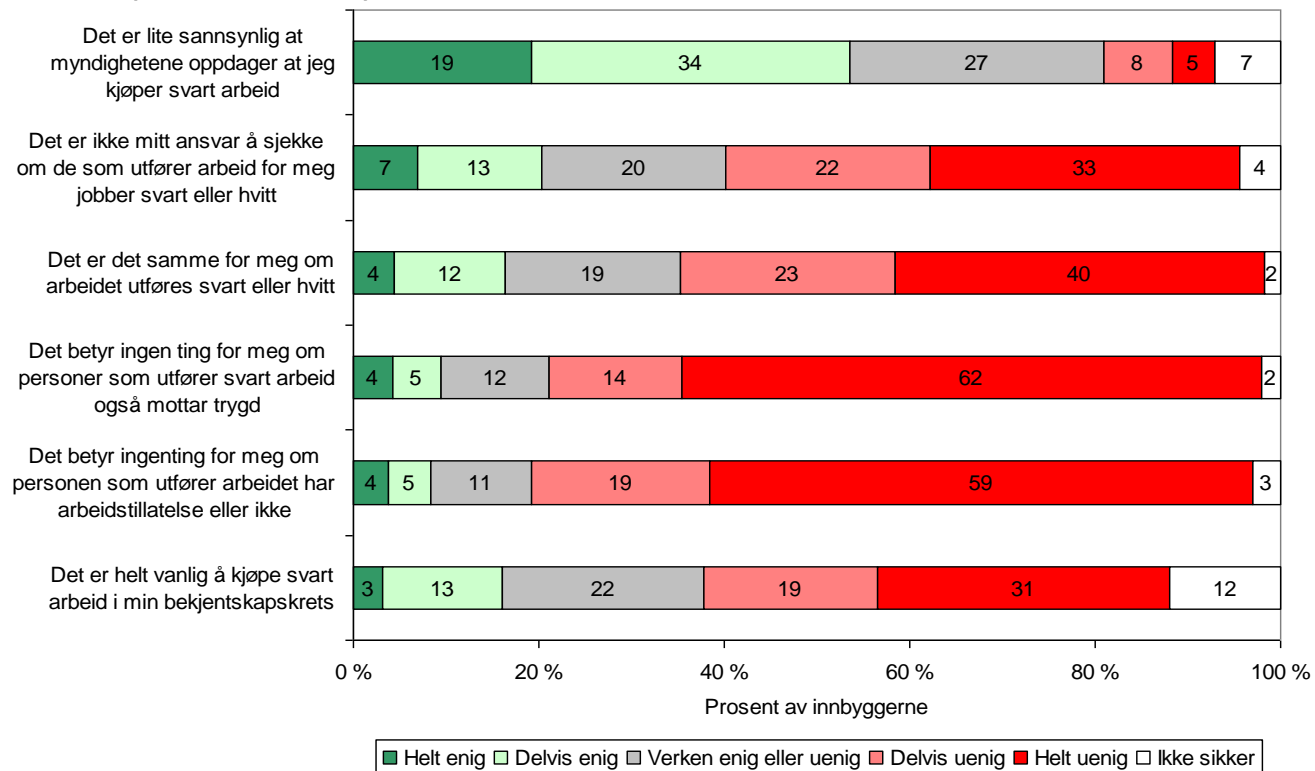


Kjøp av svart arbeid er utrygt

- Flertallet mener man ikke har klageadgang, at man kan bli straffet ved kjøp og at man kan bli stilt økonomisk ansvarlig ved skader (to av ti sirer "vet ikke" for sistnevnte).
- Fire av ti krever legitimasjon fra den som utfører jobben – tre av ti vet ikke.

8. HOLDNINGER OG VERDIER

”TYDELIGHET” (n 2009: 2007-2012)



Lav oppdagelsesrisiko og høy moral

- Meningene er blandete i forhold til hvorvidt det er vanlig å kjøpe svart i omgangskretsen.
- Halvparten mener oppdagelsesrisikoen er lav ved kjøp av svart arbeid.
- Flertallet er uenige i at de ikke har ansvar for å sjekke arbeidstakers status og/eller er likegyldige i forhold til å kjøpe svart eller hvitt.
- Seks-syv av ti er uenige i at man kan kjøpe fra trygdede eller personer uten arbeidstillatelse.

8. HOLDNINGER OG VERDIER

Holdninger til kjøp av svart arbeid 2006 og 2009 (n 2009: 2007-2012, n 2006: 1000)

	Andel helt enig/delvis enig (%)	
	2006	2009
Det er ikke mulig å klage på arbeid man har kjøpt svart	68	66
Kjøper man svart arbeid truer man livsgrunnlaget til lovlidige firmaer	73	65
Å kjøpe svart arbeid føles galt, siden det strider mot lover og regler	72	61
Myndighetene kan straffe en kjøper av svart arbeid	76	61
Det er billigst å kjøpe svart arbeid	72	54
Det er lite sannsynlig at myndighetene oppdager at jeg kjøper svart arbeid	61	53
Dersom den som utfører svart arbeid for meg skader seg alvorlig under arbeidet kan jeg bli økonomisk ansvarlig for skadene	58	52
Har jeg betalt skatt av min inntekt og formue, må jeg få bruke pengene på hva jeg vil	-	46
Alle som arbeider for meg må ha legitimasjon / identifikasjon	-	45
Private personers kjøp av svart arbeid er et alvorlig samfunnsproblem	58	43
Skatter og avgifter er så høye at man tvinges til å bruke svart arbeidskraft	-	36
Det er like god kvalitet på arbeidet uansett om det gjøres svart eller hvitt	35	35
Kjøper man svart arbeid får man utført arbeidet raskere	36	29
Det er ikke mitt ansvar å sjekke om de som utfører arbeid for meg jobber svart eller hvitt	-	20
Det er helt vanlig å kjøpe svart arbeid i min bekjentskapskrets	18	16
Det er det samme for meg om arbeidet utføres svart eller hvitt	-	16
Det betyr ingen ting for meg om personer som utfører svart arbeid også mottar trygd	15	10
Det betyr ingenting for meg om personen som utfører arbeidet har arbeidstillatelse eller ikke	-	8

- : IKKE STILT I 2006

Lavere moral i 2009?

- Skattemoralen er gjennomgående noe lavere i 2009 enn i 2006.
- Det er færre som mener svarte kjøp føles galt, at man kan bli straffet, at det svarte arbeidet er et samfunnsproblem og at det truer lovlidige firmaer. Samtidig er det også færre som mener svart arbeid er det billigste eller raskeste, og som mener det er lite sannsynlig at man blir oppdaget.

8. HOLDNINGER OG VERDIER

Holdninger til svart arbeid: Indekser: skala 1= Lav moral, 5= Høy moral (n=2026)

	Enkelhet	Trygghet	Rettferdighet	Tydelighet
Alle	3,2	3,7	3,4	3,7
Har kjøpt svart	2,9	3,3	3,1	3,3
Har vurdert svart	3,2	3,6	3,3	3,5
Har ikke vurdert svart	3,3	3,9	3,7	3,9
Ikke i markedet	3,2	3,7	3,5	3,7
Vet ikke	3,2	3,7	3,4	3,6
Eta	.27	.30	.33	.35

Oppfatningene henger sammen

- Holdninger til svart arbeid styres i noe sterkere grad av trygghet og tydelighet, enn av rettferdighet og enkelhet.
- Sterkest "polarisering" i holdningene mellom kjøpere og ikke-kjøpere av svart arbeid finner vi for "Tydelighet" (etikk og oppdagelsesrisiko).
- Den høyeste moralen finner vi blant dem som er i markedet for kjøp av arbeid, men og som har tatt aktivt avstand fra dette.

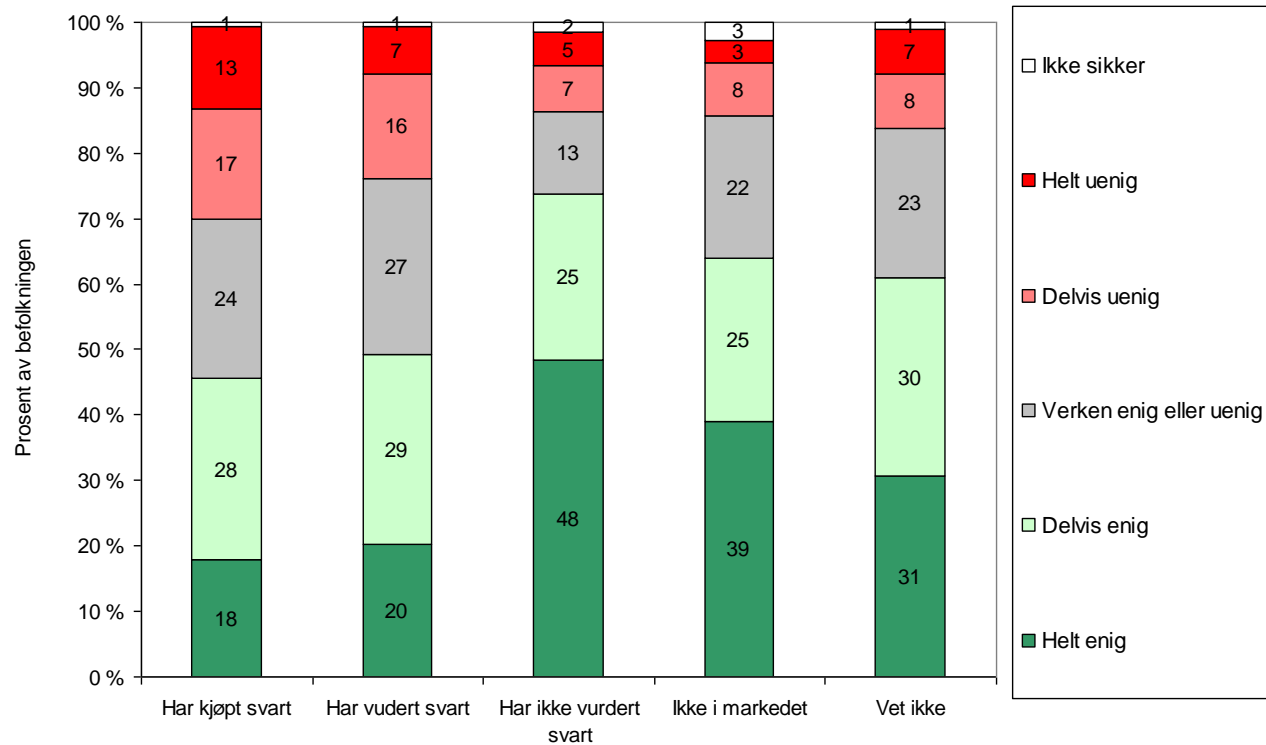
Sammenhengen mellom holdningskomponentene (Korrelasjoner: 0=ingen sammenheng, 1,0 er perfekt samvariasjon)

	Rettferdighet	Enkelhet	Trygghet
Enkelhet	0,22		
Trygghet	0,42	0,23	
Tydelighet	0,53	0,27	0,48

8. HOLDNINGER OG VERDIER

”Å kjøpe svart arbeid føles galt, siden det strider mot lover og regler”

(n 2009: 2009)



Også kjøpere av svart arbeid mener dette er problematisk

- Blant personer som har kjøpt- eller har vurdert å kjøpe svart sier to av ti seg helt enige i at dette føles galt.
- Blant dem som ikke har vurdert å kjøpe svart har halvparten denne oppfatningen.

8. HOLDNINGER OG VERDIER

Holdninger til kjøp av svart arbeid (Faktoranalyse, n 2009: 2026)

Analysen leter etter "underliggende dimensjoner", basert på statistisk samvariasjon mellom enkeltpørsmålene. Tallene viser enkeltfaktorenes betydning for hver dimensjon. Jo høyere score, jo større betydning.

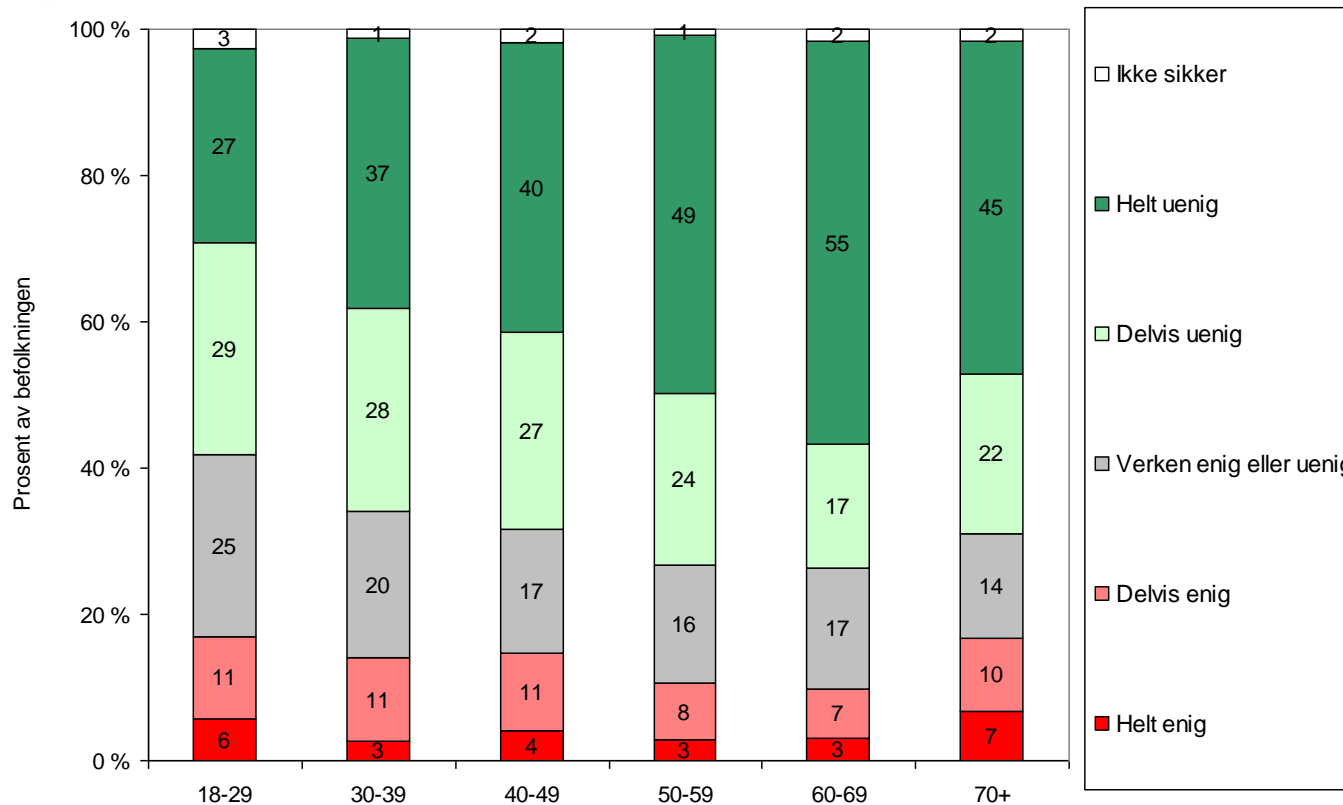
	Rasjonalite			
	Moral	t	Likegyldighet	Ansvar
Å kjøpe svart arbeid føles galt, siden det strider mot lover og regler	0,69	0,18	0,18	0,20
Det er det samme for meg om arbeidet utføres svart eller hvitt	0,47	0,32	0,50	0,15
Det betyr ingen ting for meg om personer som utfører svart arbeid også mottar trygd	0,15	0,00	0,77	0,07
Det betyr ingenting for meg om personen som utfører arbeidet har arbeidstillatelse eller ikke	0,13	0,11	0,75	0,16
Det er helt vanlig å kjøpe svart arbeid i min bekjentskapskrets	0,13	0,44	0,39	0,14
Private personers kjøp av svart arbeid er et alvorlig samfunnsproblem	0,76	0,06	0,12	0,18
Kjøper man svart arbeid truer man livsgrunnlaget til lovlidige firmaer	0,73	0,10	0,03	0,26
Skatter og avgifter er så høye at man tvinges til å bruke svart arbeidskraft	0,47	0,38	0,38	0,02
Har jeg betalt skatt av min inntekt og formue, må jeg få bruke pengene på hva jeg vil	-0,53	-0,19	-0,28	0,08
Det er billigst å kjøpe svart arbeid	-0,15	-0,74	-0,09	-0,06
Kjøper man svart arbeid får man utført arbeidet raskere	0,19	0,61	0,16	0,08
Det er like god kvalitet på arbeidet uansett om det gjøres svart eller hvitt	0,26	0,59	0,01	0,23
Det er ikke mulig å klage på arbeid man har kjøpt svart	0,12	0,13	0,08	0,60
Myndighetene kan straffe en kjøper av svart arbeid	0,34	0,00	0,15	0,54
Dersom den som utfører svart arbeid for meg skader seg alvorlig under arbeidet kan jeg bli økonomisk ansvarlig for skadene	0,09	0,05	0,03	0,73
Alle som arbeider for meg må ha legitimasjon / identifikasjon	0,03	0,24	0,25	0,51
Det er ikke mitt ansvar å sjekke om de som utfører arbeid for meg jobber svart eller hvitt	0,17	0,26	0,41	0,26
Det er lite sannsynlig at myndighetene oppdager at jeg kjøper svart arbeid	-0,03	0,67	0,05	0,06
Forklart varians (%)	30	8	6	6
Eigenvalue	5,3	1,3	1,2	1,1

Holdninger til kjøp av svart arbeid styres av moralske argumenter

- Holdningene avdekker et underliggende verdisyn knyttet til etterlevelse av lover og regler, samfunnsansvar, fri konkurranse og pliktetikk.

8. HOLDNINGER OG VERDIER

”Det er det samme for meg om arbeidet utføres svart eller hvitt” (n 2009: 2009)

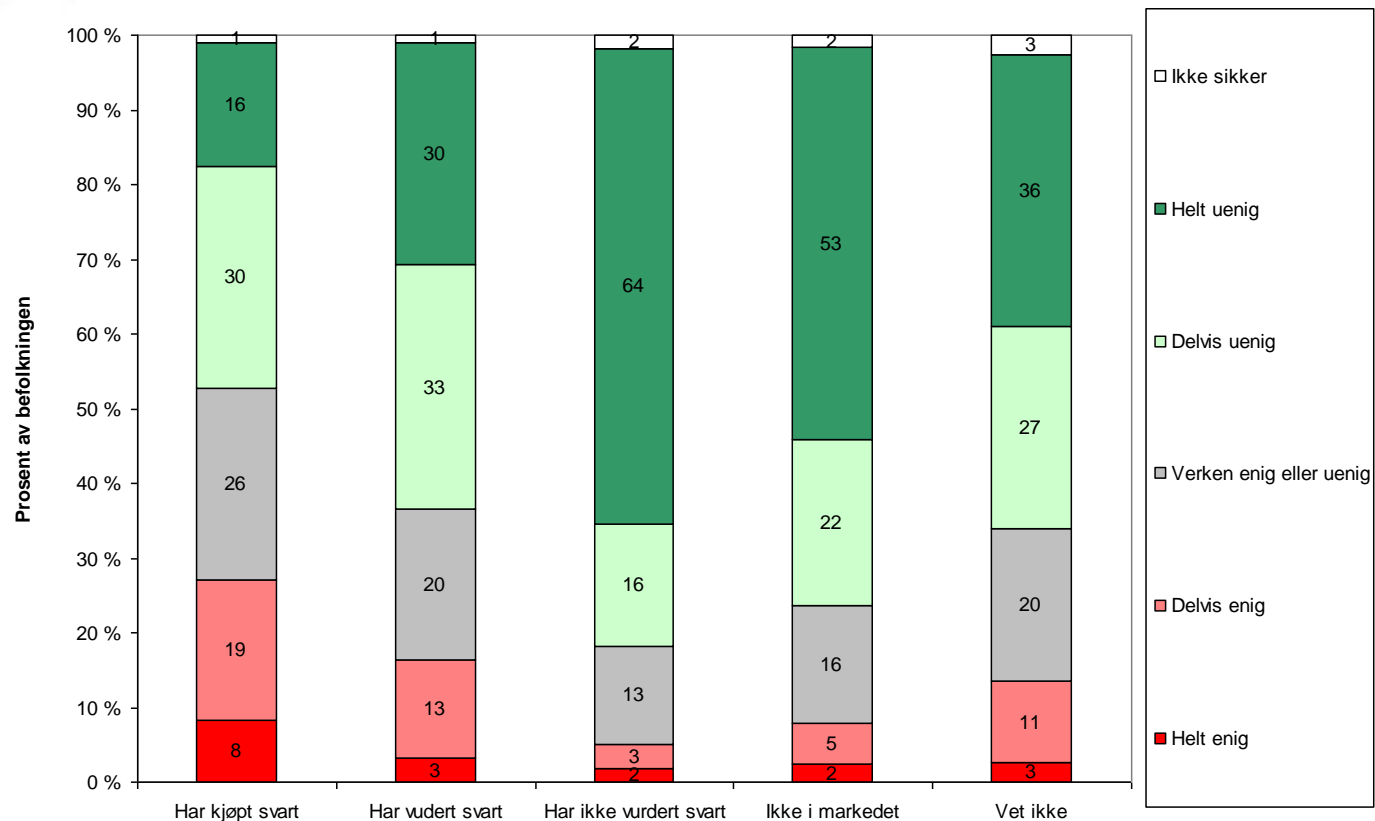


Stigende moral med stigende alder

- Andelen helt uenige i at det er likegyldig om arbeid utføres svart eller hvitt øker fra tre av ti i aldersgruppen under 30 år til seks av ti i aldersgruppen over 60 år.

8. HOLDNINGER OG VERDIER

”Det er det samme for meg om arbeidet utføres svart eller hvitt” (n 2009: 2009)

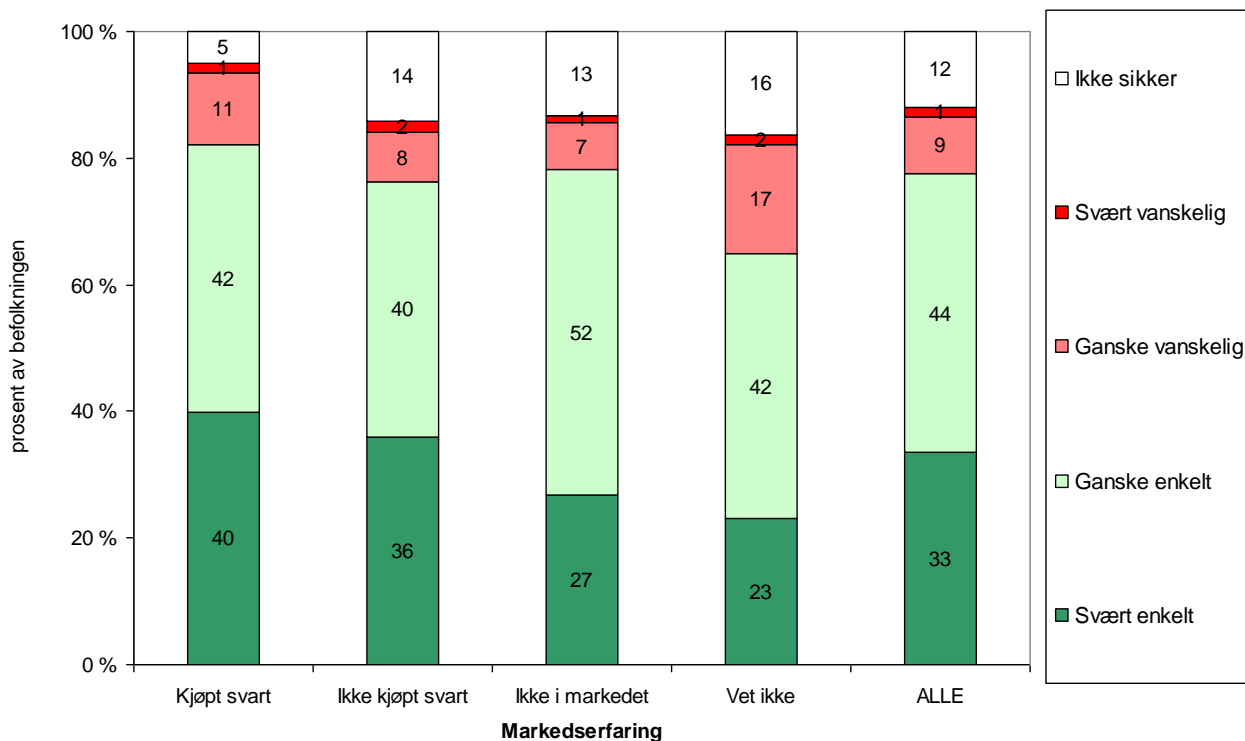


Moral gjenspeiler faktisk adferd

- Andelen helt uenige i at det er likegyldig om arbeid utføres svart eller hvitt øker fra én-to av ti blant dem som har kjøpt svart arbeid de siste to årene til seks-syv av ti blant dem som ikke har vurdert å kjøpe svart.

8. HOLDNINGER OG VERDIER

Hvor enkelt eller vanskelig synes du det er å vite om arbeid som utføres for deg er svart eller hvitt? (n 2009: 2009)



Det er lett å vite om arbeid utføres svart eller hvitt

- Syv-åtte av ti sier at det er enkelt å skille mellom svart og hvitt arbeid - tre av ti sier "svært enkelt".

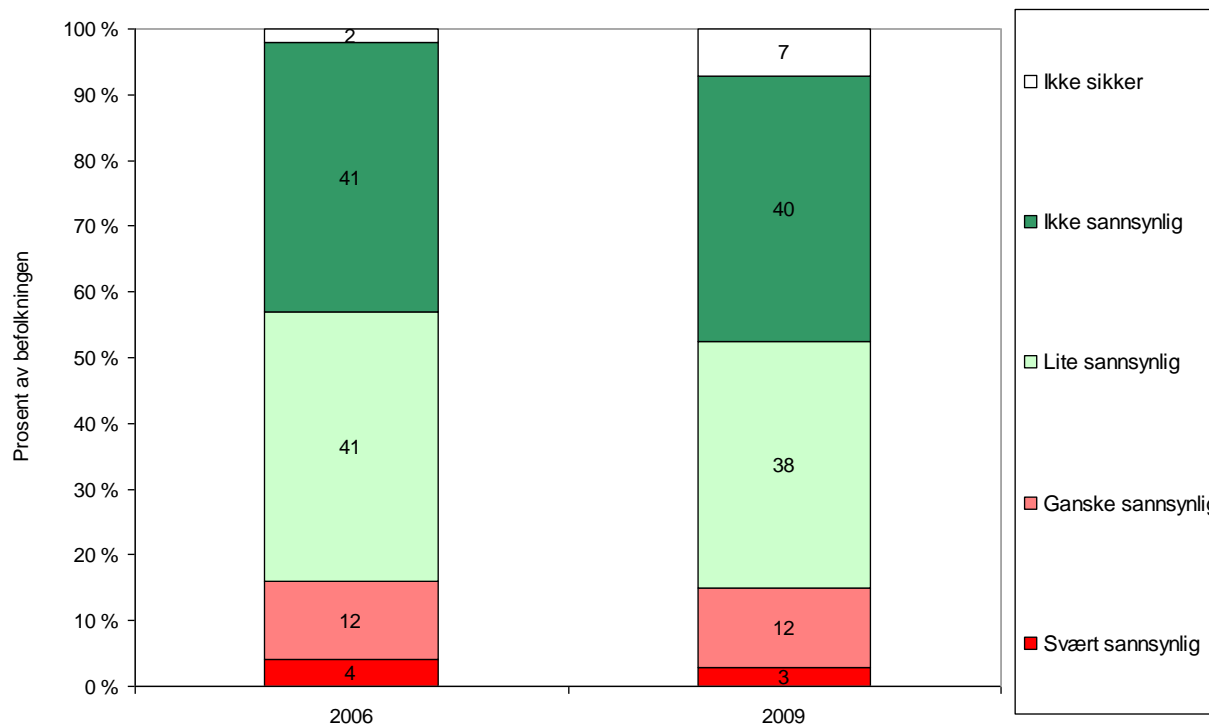


DEL IV

- FREMTIDSUTSIKTER

9. TILBUD AV SVART ARBEID

Hvor sannsynlig eller usannsynlig tror du det er at du vil bli tilbudt svart arbeid i løpet av det neste året? (N 2009: 2018, n 2006: 1000)



Lav sannsynlighet for å bli tilbudt svart arbeid

- Syv-åtte av ti mener sannsynligheten for å bli tilbudt svart arbeid neste år er lav – fire av ti sier "ikke sannsynlig".
- Oppfatningene er om lag de samme som for tre år siden.

9. TILBUD AV SVART ARBEID

Hvor sannsynlig er det at du vil kjøpe svart arbeid dersom du blir tilbudt det i løpet av det neste året? (Prosent av alle: n 2009: 2014)

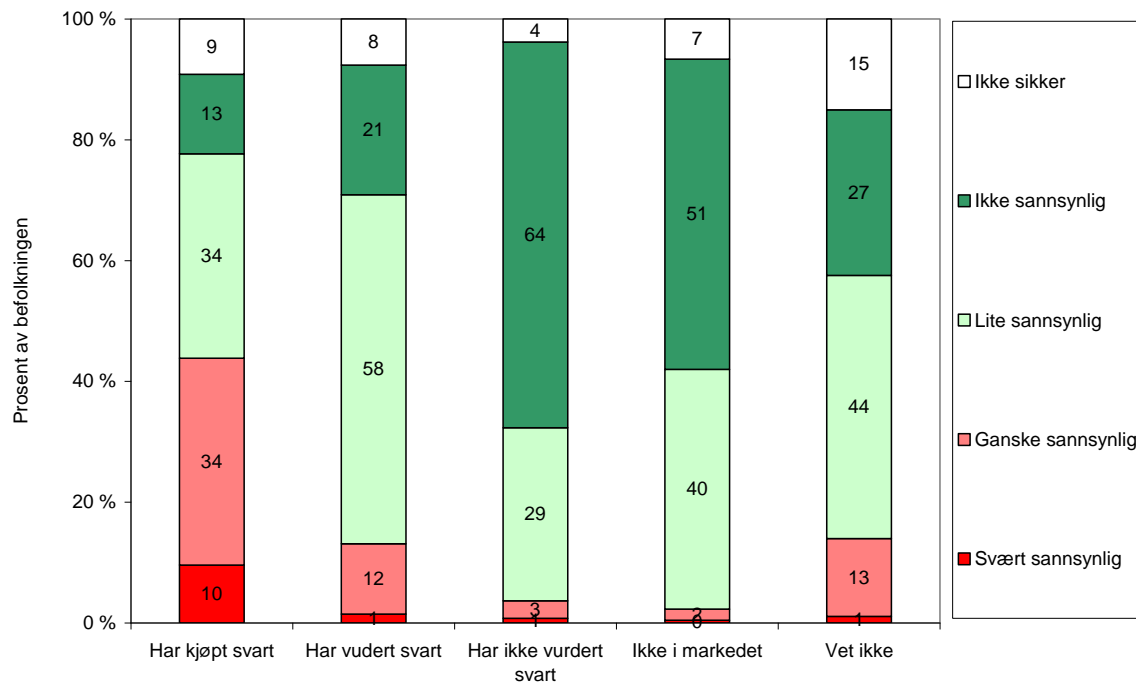
		Sannsynlighet for å motta tilbud					Sum
		Svært sannsynlig	Ganske sannsynlig	Lite sannsynlig	Ikke sannsynlig	Ikke sikker	
Hvor sannsynlig er det at du vil kjøpe svart arbeid dersom du blir tilbudt det i løpet av det neste året?	Svært sannsynlig	1	1	0	0	0	3
	Ganske sannsynlig	1	6	4	1	1	12
	Lite sannsynlig	2	7	23	3	2	37
	Ikke sannsynlig	2	4	17	17	2	40
	Ikke sikker	0	2	2	0	3	7
Sum		7	19	46	22	7	100

Andelen kjøpere neste år om lag som i år

- Én-to av ti mener det er sannsynlig at de vil kjøpe svart arbeid neste år – de fleste av disse etter å ha mottatt tilbud. Halvparten av befolkningen holder det for sannsynlig – i mer eller mindre grad.
- Seks av ti tror ikke de vil motta tilbud, og vil da heller ikke kjøpe.
- Én av ti vil sannsynligvis motta tilbud, men vil likevel ikke kjøpe.
- Én av ti tar ikke stilling.

9. TILBUD AV SVART ARBEID

Hvor sannsynlig er det at du vil kjøpe svart arbeid dersom du blir tilbudt det i løpet av det neste året? (n 2009: 2014)

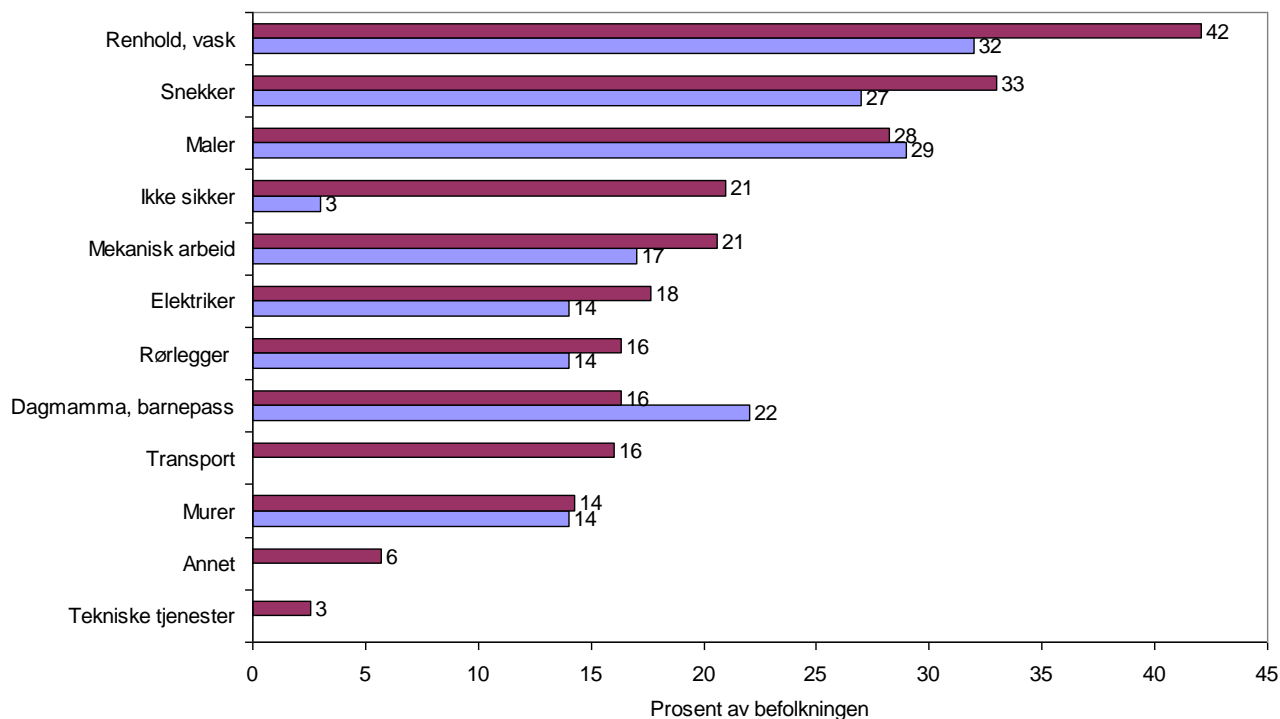


Neste års kjøpere er gjerne de samme som årets kjøpere

- Én av ti blant årets kjøpere mener det er svært sannsynlig at de vil kjøpe svart arbeid neste år – tre av ti holder det for ganske sannsynlig.
- Én av ti blant dem som i år vurderte svart arbeid, eller som er usikre på om de har kjøpt svart, mener det er ganske sannsynlig at de vil kjøpe svart arbeid det neste året.

10. BEHOV FOR SVART ARBEID

Potensielle kjøpere: Er det noen områder du kan være mer tilbøyelig til å kjøpe svart arbeid innenfor enn andre? (n 2009: 1079, n 2006: 1000)



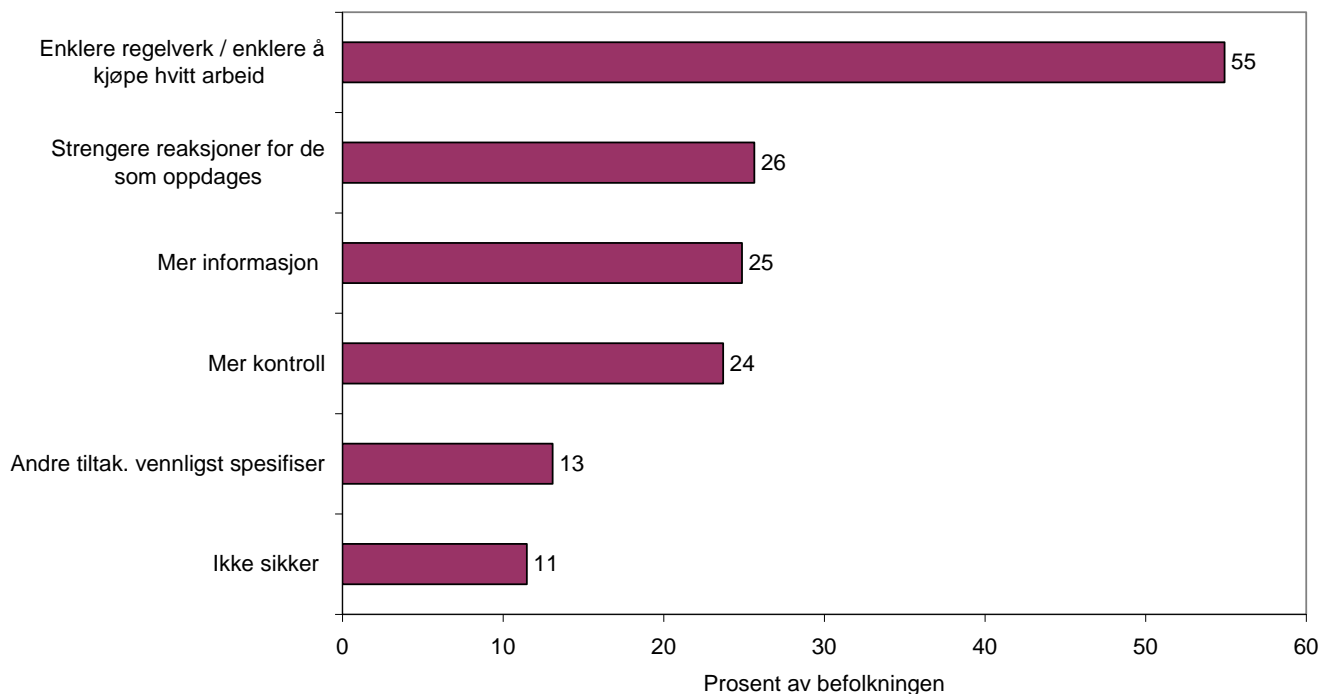
Flere typer arbeid aktuelle for kjøp

■ 2006 ■ 2009

- De fleste typene arbeid har svart potensial. I gjennomsnitt nevnes 2,3 tjenester.
- Tre-fire av ti nevner renhold, snekker eller maler. To av ti nevner mekanisk arbeid, elektriker, rørlegger, barnepass eller transport. Én av ti eller færre nevner murer, tekniske tjenester eller annet.
- Behovene er gjennomgående de samme som i 2006, samtidig som antall tjenester den gang var noe lavere: gjennomsnittlig 1,7.

11. TILTAK

Hvilke tiltak tror du er best egnet for å redusere private personers kjøp av svart arbeid?* (n 2009: 2026)



Reduksjon av svart arbeid kan kreve variert meny

- Halvparten nevner regelforenkling og/eller tilrettelegging for hvit betaling.
- To-tre av ti nevner strengere kontroll, mer informasjon eller mer kontroll. Én av ti peker på "andre" tiltak, eller tar ikke stilling.

Vedlegg 1. Om utvalgene

Utvalget i 2009 består av 2026 respondenter hentet i fra TNS Gallups aksesspanel. Panelet består av om lag 54.000 personer, som har sagt seg villige til å delta i befolkningsundersøkelser. Panelet er tilfeldig rekruttert, og er et aktivt panel. Kjennskap til deltakernes bakgrunn gjør det mulig å tilrettelegge utvalg som speiler befolkningens fordeling etter kjente sosiale og demografiske trekk.

Utvalget fra 2006 består av 1000 landsrepresentative telefonintervjuer, gjennomført av Opinion A/S. Det er dermed større usikkerhet på estimatene for 2006-utvalget enn for 2009-utvalget, i størrelsesorden +/- 0,4 – 1,0 prosentpoeng på hele utvalget (se vedlegg 2).

Sammenlikning av de to utvalgene indikerer at 2009-utvalget har en fordeling som ligger nærmere befolkningen enn 2006-utvalget. Dette gjelder særlig for utdanningsnivå, der 2006-utvalget har en betydelig høyere andel universitetsutdannede enn befolkningsandelen. Begge utvalgene vise noe underrepresentasjon i befolkningen under 30 år. Utvalgene er ikke veiet ut over de demografiske egenskapene kjønn, alder og bosted.

Tabell V.1.1 Populasjon og utvalg (uveiet) etter kjønn og alder. Antall og prosent.

Befolkning 2009					
	18-29	30-44	45-59	60-90	Sum
Mann (%)	10,1	14,6	13,0	12,0	50,4
Kvinne (%)	9,7	13,9	12,5	14,1	49,6
Sum	19,8	28,4	25,6	26,2	100,0
Utvalg 2009					
Mann (%)	6,3	14,5	14,8	14,8	50,4
Antall	128	294	299	300	1021
Kvinne (%)	8,6	12,9	11,5	16,6	49,6
Antall	174	262	233	336	1005
Sum	14,9	27,4	26,3	31,4	100,0
Antall	302	556	532	636	2026
Utvalg 2006					
Mann (%)	5,9	17,4	18,5	10,9	50,4
Antall	59	174	185	109	527
Kvinne (%)	4,8	17,9	14,6	10,0	49,6
Antall	48	179	146	100	473
Sum	10,7	35,3	33,1	20,9	100,0
Antall	107	353	331	109	1000

Vedlegg 1. Om utvalgene

Tabell V.1.2 Populasjon og utvalg (uveiet) etter fylke. Antall og prosent.

Fylke	Utvalg 2009		Befolkning	Utvalg 2006
	Antall	%	%	%
Østfold	110	5,4	5,6	5,6
Akershus	194	9,6	10,7	10,0
Oslo	249	12,3	12,5	11,8
Hedmark	87	4,3	4,1	4,2
Oppland	83	4,1	3,9	4,2
Buskerud	106	5,2	5,3	5,4
Vestfold	94	4,6	4,8	4,6
Telemark	77	3,8	3,5	3,8
Aust-Agder	46	2,3	2,2	2,2
Vest-Agder	65	3,2	3,4	3,4
Rogaland	156	7,7	8,5	7,8
Hordaland	198	9,8	9,7	9,8
Sogn og Fjordane	59	2,9	2,2	2,4
Møre og Romsdal	96	4,7	5,2	5,4
Sør-Trøndelag	120	5,9	6,0	6,0
Nord-Trøndelag	62	3,1	2,7	2,8
Nordland	121	6,0	4,9	5,4
Troms	74	3,7	3,2	3,4
Finnmark	29	1,4	1,5	1,8
Sum	2026	100,0	100	100,0
Antall		2026	3861019	1000

Vedlegg 1. Om utvalgene

Tabell V.1.3 Populasjon og utvalg (uveiet) etter høyeste avsluttede utdanningsnivå. Antall og prosent.

	Utvalg 2009 18+		Befolkning 15+ %	Antall år utdanning ut over grunnskole	Utvalg 2006 18+ %
	Antall	%			
Høyeste fullførte skolegang					
Grunnskoleutdanning (10-årig grunnskole, 7-årig folkeskole e	159,0	7,8	} 30,9	Ingen	5,4
Fagutdanning/yrkesutdanning/fagbrev/videregående yrkesfaglig	467,0	23,1		1 - 3 år	
Videregående utdanning (Allmennfag, yrkesskole eller annet)	868,0	42,8	43,1		25,8
Universitets-/høgskoleutdanning med inntil 4 års varighet	313,0	15,4	19,9	4 - 6 år	34,5
Universitets-/høgskoleutdanning med mer enn 4 års varighet	219,0	10,8	6,0	Flere enn 6 år	34,3
Sum	2026	100,0		Sum	100,0
Antall					1000

Tabell V.1.4 Populasjon og utvalg (uveiet) etter hovedaktivitet. Antall og prosent.

Hovedbeskjeftigelse	2009	Befolkning	2006
	18+	15+	18+
Yrkesaktiv	66,9	68,9	74,4
Arbeidsledig	1,6	2,3	0,9
Hjemmearbeidende	0,8	1,1	1,7
Under utdanning	7,6	8,0	4,3
Trygdet eller pensjonist	21,5	16,9	16,7
Annet	1,6	2,8	2
Sum	100,0	100	100
Antall	2026		1000

Vedlegg 2. Statistisk usikkerhet

Det vil alltid knytte seg en viss usikkerhet til resultatene når vi spør et utvalg av befolkningen og ønsker å generalisere resultatene til å gjelde hele befolkningen. Denne usikkerheten, eller feilmarginen, kan beregnes statistisk. Et sentralt mål i denne sammenhengen er standardavviket. Standardavviket beregnes ut fra hvor mye hver enkelt enhet avviker fra gjennomsnittet for alle enhetene i undersøkelsen når det gjelder den egenskapen vi ønsker å måle. Med utgangspunkt i standardavviket kan vi beregne feilmarginen for det aktuelle resultatet. Fastsettelsen av feilmarginen vil også avhenge av hvor stor usikkerhet vi er villige til å akseptere. Det vanlige er å angi feilmarginer basert på 95 prosent sannsynlighet. Dette betyr at hvis vi hadde 100 forskjellige uavhengige utvalg, ville resultatet ligge innenfor de feilmarginene vi oppgir i minst 95 av de 100 undersøkelsene.

Feilmarginene i undersøkelsens tabeller og figurer uttrykkes i prosentpoeng. Hvis vi for eksempel har funnet at en egenskap finnes hos 30% av hele utvalget på om lag 2000 respondenter, gir dette en feilmargin på +/- 2,1 prosentpoeng. I befolkningen kan det da være mellom 27,9 og 32,1 prosent som har denne egenskapen, selv om det mest sannsynlige resultatet er 30 prosent. Tabellen nedenfor kan brukes som et hjelpemiddel ved tolkningen av prosentfordelingene.

Feilmarginer ved "uendelighetsutvalg" - når universet er 10 ganger større, eller enda større, enn antallet observasjoner

Antall respondenter	STØRRELSEN PÅ FEILMARGINEN I PROSENTPOENG					
	Fordeling i utvalget					
	5(95)%	10(90)%	20(80)%	30(70)%	40(60)%	50(50)%
50	+/- 6	+/- 8,3	+/- 11,0	+/- 12,7	+/- 13,6	+/- 13,9
100	+/- 4,3	+/- 5,9	+/- 7,9	+/- 9,0	+/- 9,6	+/- 9,8
200	+/- 3,0	+/- 4,2	+/- 5,5	+/- 6,4	+/- 6,8	+/- 6,9
400	+/- 2,2	+/- 3,0	+/- 3,9	+/- 4,5	+/- 4,8	+/- 4,9
500	+/- 1,9	+/- 2,6	+/- 3,5	+/- 4,0	+/- 4,3	+/- 4,4
600	+/- 1,7	+/- 2,4	+/- 3,2	+/- 3,7	+/- 3,9	+/- 4,0
1000	+/- 1,4	+/- 1,9	+/- 2,5	+/- 2,8	+/- 3,0	+/- 3,1
1500	+/- 1,1	+/- 1,5	+/- 2,0	+/- 2,3	+/- 2,4	+/- 2,5
2000	+/- 1,0	+/- 1,3	+/- 1,8	+/- 2,1	+/- 2,2	+/- 2,2
2500	+/- 0,9	+/- 1,2	+/- 1,6	+/- 1,8	+/- 1,9	+/- 2,0

Denne oversikten over feilmarginer angir intervallet for prosentresultater som med 95 % sannsynlighet inneholder det sanne resultat. Feilmarginene varierer med den konkrete egenskapens fordeling (horisontalt) og antall respondenter som ligger til grunn for estimatet (vertikalt). Generelt sett øker usikkerheten jo nærmere fordelingen kommer 50% og jo færre observasjoner estimatet baseres på. Usikkerheten på +/- 2,1 prosentpoeng i eksemplet ovenfor finner i tabellen i krysningspunktet mellom 30%(70%) og 2000 (skravert i tabellen).

Dette betyr at usikkerheten øker når vi studerer undergrupper av befolkningen. Dersom vi vurderer oppslutningen til en 30%-egenskap blant kvinner (som utgjør om lag 1000 respondenter) ser vi at usikkerheten er +/- 2,8 prosentpoeng. Samtidig vil usikkerheten være minst for de mest marginale egenskapene. En 5%-egenskap er beheftet med en usikkerhet på +/- 1,0 prosentpoeng i hele utvalget på 2000 respondenter.