

FORTSATT FÅ FORBRUKERE SOM HANDLER SVART MED ÅPNE ØYNE

Samarbeid mot svart økonomi (SMSØ) har siden 2006 annet hvert år gjennomført en undersøkelse om kjøp av svart arbeid i privatmarkedet. Samarbeid mot svart økonomi (SMSØ) har siden 2006 annet hvert år gjennomført en undersøkelse om kjøp av svart arbeid i privatmarkedet. Hovedfunnet i årets undersøkelse er at det fortsatt er veldig få forbrukere som handler svart med åpne øyne.

Her er noen av hovedfunnene:

- Andelen som oppgir å ha handlet svart i løpet av de siste to årene holder seg stabilt lavt. Det er en liten korreksjon opp fra «all time low» i 2022, og tilbake til nivået fra før pandemien. Det er nå 9 % som oppgir å ha handlet svart i hjemmet de to siste årene.
- Samtidig er det færre enn før som «kjenner noen» som har kjøpt svart.
- **Antall personer som kjøper svart er absolutt høyest i kategorien Vaskehjelp, renhold. Deretter følger frisør, diverse transporttjenester, snekker og reparasjon av bil.**
- Når vi ser på prosent/andel per bransje er det småarbeid i hjemmet som kjøpes mest svart, slik som barnepass, hagearbeid, renhold og maling.
- Det er de mindre jobbene som tas åpenlyst svart.
- Tendensen med at kjøp av svart arbeid «går i miljøene» har styrket seg. Det er i stor grad en gruppe personer som kjøper svart, selger svart, og som kjenner hverandre.
- Man kjenner ofte de man handler fra
- Vipps har passert kontanter som betalingsmetode for svart arbeid.

Hva betyr funnene?

- Svart økonomi i privatmarkedet ser ut til å være todelt; en er åpenlys og kjent for forbrukeren, og den andre er skjult for forbrukeren.
- Forskjellige virkemidler bør brukes mot disse to sporene:

Hvordan jobbe mot «Svart arbeid som er synlig for forbrukeren»

- Omfanget er ikke enormt, og det er i stor grad knyttet til miljøer der dette er akseptert og innen bransjer/næringer hvor slik handel er mulig
- For å finne ut hvilke tiltak man skal sette inn, bør man først ha svar på:
 - har det betydning for skatteinngangen?
 - har det betydning for skattemoralen?
 - klarer vi å finne disse gruppene og treffe kun disse gruppene med tiltak?
- Alle tiltak på dette området (inkludert kommunikasjon) må målrettes mot gruppene som handler svart
- Det vil kunne virke mot sin hensikt å ha «nei til svart arbeid»-kampanjer rettet mot hele befolkningen, så lenge målgruppen er en så liten del av den.



Hvordan jobbe mot «Svart arbeid som ikke er synlig for forbrukeren»:

- Vi kan i liten grad be forbrukeren om å hindre skjult svart arbeid, f.eks. når man allerede har betalt over bank og mottatt faktura. Forbrukeren har da ingen kontroll over svart omsetning, svart lønn, eller andre uregelmessigheter.
- Forbrukeren er i disse tilfellene den svake parten. Det er oftest urimelig og trolig lite effektivt å kreve at forbrukeren skal gjøre ytterligere kontroller
- Tiltak bør rettes mot andre grupper i kjeden
 - formidlere (anbudsportaler osv.)
 - leverandørene
- Et godt tiltak er s tilby seriøsitetinformasjon til formidlere. Dette er allerede testet ut via Mittanbud. Utviklingen av digitale lommebøker kan bidra til å utvikle denne metoden. Det å fjerne useriøse og kriminelle fra anbudsportaler er det tiltaket flest peker på i undersøkelsen.
- Andre tiltak som gjør privatmarkedet transparent kan f.eks. være registrering av arbeid på bygninger på eiendommen (matrikkelen).

Fallgruber og kvaliteter i undersøkelsen:

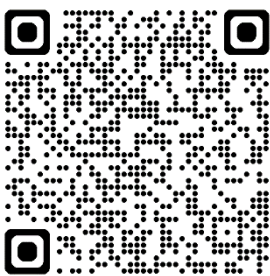
Undersøkelsen tar utgangspunkt i forbrukerens oppfatning. I hovedsak måler den hvorvidt forbrukeren har handlet svart «med åpne øyne» de to siste årene. Dette betyr at den måler det som er synlig for forbrukeren.

Det er en ganske stor undersøkelse, med høy kvalitet. Det betyr at vi kan stole på at tallene reflekterer oppfatningen som forbrukeren har.

Vi kan stole på tidslinjene og trendene. En så stor undersøkelse med tidslinje fra 2006 gir oss sikker kunnskap om utviklingen over tid. Enkeltresultatene for 2024 (og øvrige undersøkelser) er også gyldige, men her må man ofte gå dypere inn i tallene før man konkluderer.

En av de største fallgrubene er å se på prosentandeler som har kjøpt svart i forskjellige bransjer. Blant annet er hjemmehjelp høyt i prosent på svart kjøp. Det er imidlertid svært få som har kjøpt tjenesten som sådan. Det er kun 6 av 2093 personer som oppgir å ha kjøpt denne tjenesten svart.

[Flere tall fra undersøkelsen:](#)



Nøkkeldata:

- **2093 respondenter**
- **Gjennomført annet hvert år siden 2006.**
- **I 2024 gjennomført av Verian**

